revista del
consumidor
No.32
JUNIO DE 1981
informa, capacita y orienta
QUINCE PESOS
UNA PUBLICACION DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

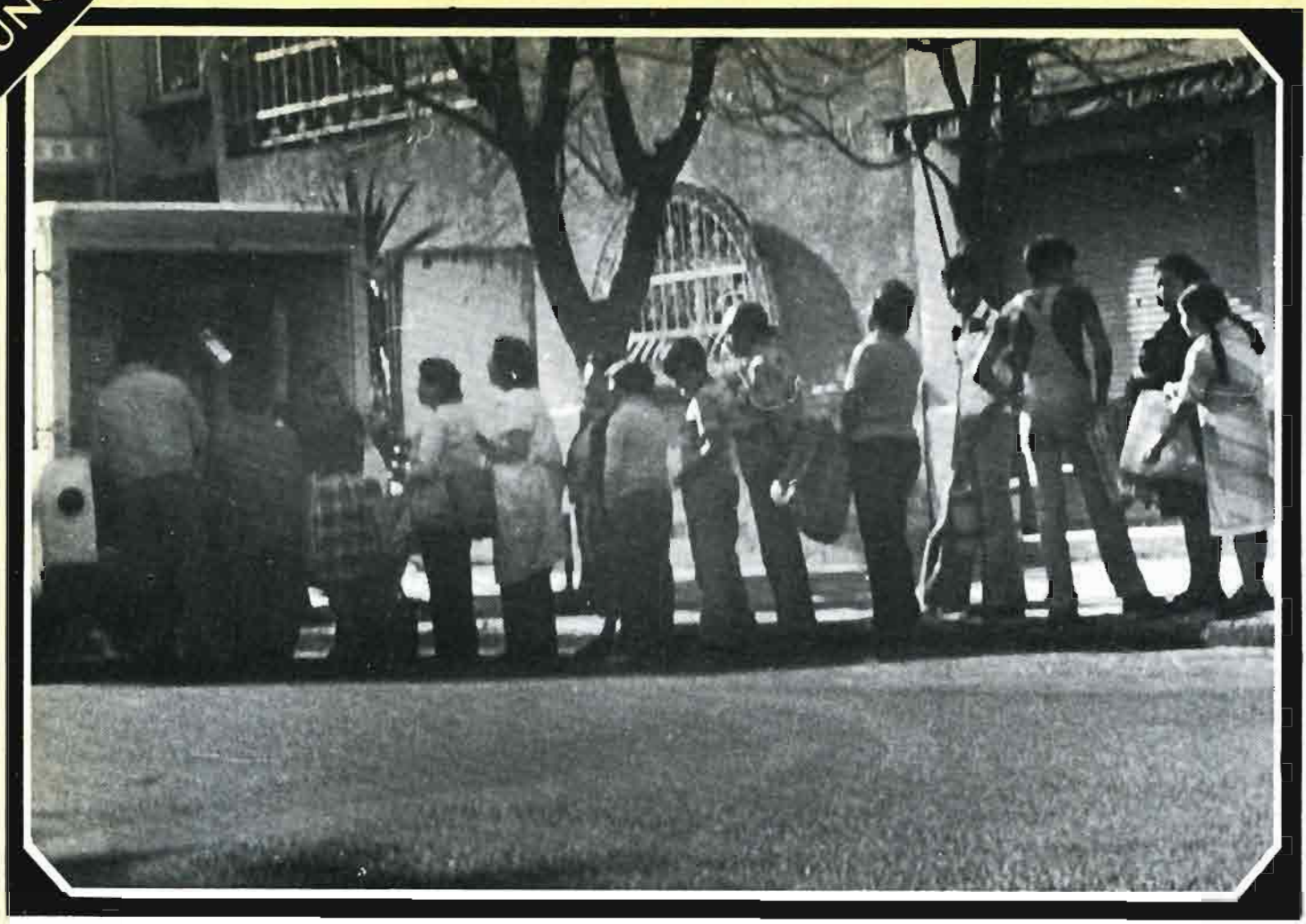
El tránsito capitalino: cuesta tiempo, dinero y salud

Cremoux entrevista a Ralph Nader

Estudio comparativo de radios

¿Usted padece el "síndrome de Houston?"

FOTO DENUNCIA



¡Qué mala leche!

La especulación con productos básicos y la existencia de comerciantes que lucran con el hambre de los consumidores no son fenómenos recientes.

En esta ocasión, los consumidores de la colonia Reforma Iztaccihuatl señalan el abuso: cuando alguien va a la lechería "Mary", ubicada en Sur 112 No. 2813, se encuentra con que no hay leche en envase de cartón. Sin embargo, a unas cuadras de ahí el dueño de la lechería instala una camioneta donde vende la codiciada leche; sólo que a 12 pesos el litro, 80 centavos por arriba del precio oficial.

Lo grave es que esto es sólo una muestra de las muchas irregularidades que se cometen con un producto que no alcanza a cubrir la demanda de la población. Hoy es acaparándola para venderla más cara, ayer fue condicionando su venta a la compra de pan, mañana será vendiéndola adulterada; el caso es que la imaginación de algunos comerciantes parece no tener límite. Pero la paciencia de los consumidores sí lo tiene, y ya se está agotando.

Tránsito capitalino: cuesta tiempo, dinero y salud

En una ciudad con casi 2 millones de automóviles y en donde diariamente se agregan otros 700 a la circulación, no es nada fácil desplazarse de un lado a otro. Más bien, representa una odisea que absorbe cuatro horas al día para un trabajador y muchos otros gastos en combustible, pasajes, estacionamientos y salud.

En 1950, cuando la apacible y tranquila Ciudad de México contaba con apenas 55 mil automóviles, cada vehículo disponía de 1,328 metros cuadrados para circular. Actualmente, la cantidad de autos se aproxima a los 1.8 millones y sólo disponen de 120 metros cuadrados cada uno. Si no se frena esta tendencia, los cálculos apuntan que en el año 2000 los 11.5 millones de automóviles del D.F. contarán con apenas 20 metros cuadrados para circular.

¿Y quién no se ha dado cuenta de esto? Todo aquel que necesita desplazarse por la Ciudad de México es testigo —y víctima— del desordenado tránsito que, de acuerdo con un estudio de la Cámara de Diputados, provoca que cada automóvil se mueva a un promedio de 20 kilómetros por hora (KPH); y en las llamadas "horas pico" (8 a 10 a.m., 12 a 4 p.m. y 7 a 9 p.m.) se reduzca a un desesperante paso de sólo 4 KPH.

Esto obliga a permanecer un promedio diario de cuatro horas dentro de los vehículos (según datos del D.D.F.), lo que significa una pérdida de 3.2 millones de horas/hombre cada día.

Los motivos que llevan a tan caótica situación en el tránsito urbano no sólo se limitan al crecimiento de la población, pues mientras ésta aumenta a un ritmo del 5.6 por ciento anual en el D.F., los automóviles se multiplican a razón de un 11 por ciento cada año.

REVISTA DEL CONSUMIDOR 52/JUNIO 1981

Otra poderosa razón es que el 97 por ciento de los vehículos que ruedan por las calles de la capital son autos particulares y el 3 por ciento son transportes públicos. Lo grave es que ese 3 por ciento moviliza al 79 por ciento de los pasajeros, mientras que los numerosos autos apenas desplazan al 21 por ciento.

A esto se agrega, a decir del regente de la ciudad, que prácticamente ya no hay vida de barrio, pues para ir a la escuela, al mercado, a trabajar y casi a cualquier lugar, es necesario salir de la localidad. En este sentido son importantes los datos de la Dirección General de Policía y Tránsito (DGPT) que ubican en 1.2 millones a los burócratas que trabajan en el primer cuadro.

Daños humanos y materiales

Lamentablemente, las consecuencias que provoca el tránsito —uno de los siete pecados capitales del D.F., a decir de Hank González— son serios. Los departamentos de Autotransporte y Semaforización de la DGPT y la Cruz Roja informan que mensualmente ocurren 10 mil accidentes (choques y atropellamientos) en los que mueren 18 personas y alrededor de 300 quedan incapacitadas temporal o definitivamente.

Además, es sabido que circular a 20 KPH provoca un mayor consumo de gasolina y un mayor desgaste del automóvil, en general, que si se circulara a 50 o 70 KPH.

Y los 3.2 millones de horas/hombre que se pierden al día en transporte equivalen a casi 400 mil jornadas laborales que, tomando en cuenta el salario mínimo, significan más de 80 millones de pesos.

Y más allá de las pérdidas humanas y materiales, el tránsito es causante de ciertos desequilibrios emocionales. **"Lo primero que provoca el tránsito en el automovilista** —afirma la psicóloga Norma Trejo, del DIF— **es una mayor segregación de adrenalina que eleva la ansiedad y la agresividad".**

"Por eso —agrega— **es importante que los automovilistas tomen conciencia de que desde que toman el volante están expuestos a un cerrón, a un choque o a circular lentamente. Es bueno escuchar música tranquila y no olvidar que por más prisa que se lleve no se va a lograr nada gritando o peleando con todo mundo, al contrario".**

Por si esto no fuera bastante, el aglomerado tráfico del Distrito Federal añade un problema más, ya de por sí serio: la contaminación del aire. Según explica el biólogo Antonio Flores Díaz, coordinador del área de Ecosistemas Terrestres en la Universidad Autónoma Metropolitana de Xochimilco, **"todas las gasolinas** —explica— **tienen una sustancia llamada tetraetilo de plomo que sirve como antidetonante. A medida que el combustible se consume va despidiendo pequeñas partículas de plomo que se quedan en la atmósfera y caen con las lluvias. Cada litro de gasolina tiene aproximadamente 100 miligramos de plomo".**

El biólogo agrega que también el azufre que desprenden las llantas al rodar es un contaminante del medio ambiente, **"así como la cantidad de bióxido de carbono emitido por los motores, y la energía generada por los automóviles que se traduce en un aumento del calor atmosférico; eso provoca mayor resequedad en el ambiente y, en consecuencia, más tolvaneras y cambios de temperatura bruscos".** Como es lógico suponer, todos estos elementos inciden con mayor influencia mientras más automóviles circulan a bajas velocidades.

¿Dónde estacionarse?

Podría pensarse que los problemas del automovilista terminan al llegar a su destino; pero no, en ocasiones es cuando se tornan más severos o cuando empiezan otros gastos. Es el caso de quienes se pasan dando vueltas esperando tener la

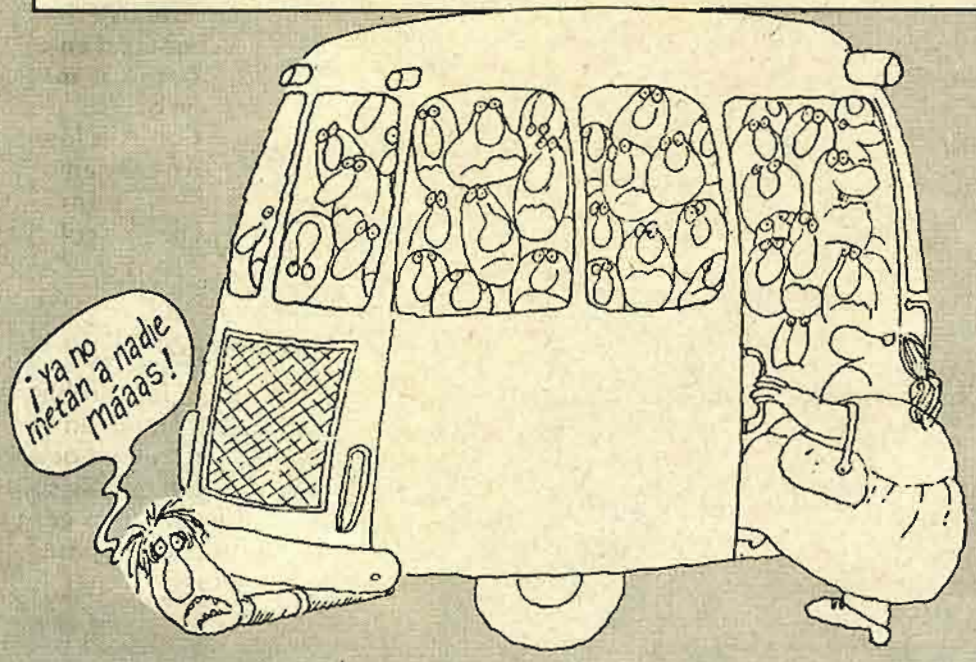
Las horas que los trabajadores pasan a bordo del autobús —o esperándolo— nadie se las paga

CUANTO CUESTA TRANSPORTARSE EN EL D.F.

Si bien es muy difícil precisar cuánto gasta en transporte quien diariamente cruza la ciudad para ir de su casa a su centro de trabajo, pueden establecerse algunos parámetros que permiten comparar el gasto en transporte público o en auto particular.

Una persona que viva a unos 20 kilómetros de su lugar de trabajo gastará en gasolina (suponiendo que tiene un automóvil chico en buenas condiciones, que le rinda 10 kilómetros por litro) unos 11.20 pesos en ir y regresar. Pero si le toca un embotellamiento —que por cierto, no es nada difícil— el rendimiento de gasolina será menor y el gasto se elevará a unos 19.60 pesos. (Se calcula que circular a 12 KPH supone un desperdicio de 1.5 litros de gasolina por cada 60 minutos, en comparación con el consumo a 50 KPH).

Ahora bien, si esta persona emplea el Metro y un autobús, gastará 8 pesos en ir y volver, menos de la mitad que lo gastado en auto. Y otra cosa, si es preciso meter el automóvil a un estacionamiento, o hacer uso de las tarjetas para dejarlo en la vía pública, al gasto se suman unos 50 u 80 pesos más. Como se puede apreciar, usar automóvil no es nada barato.

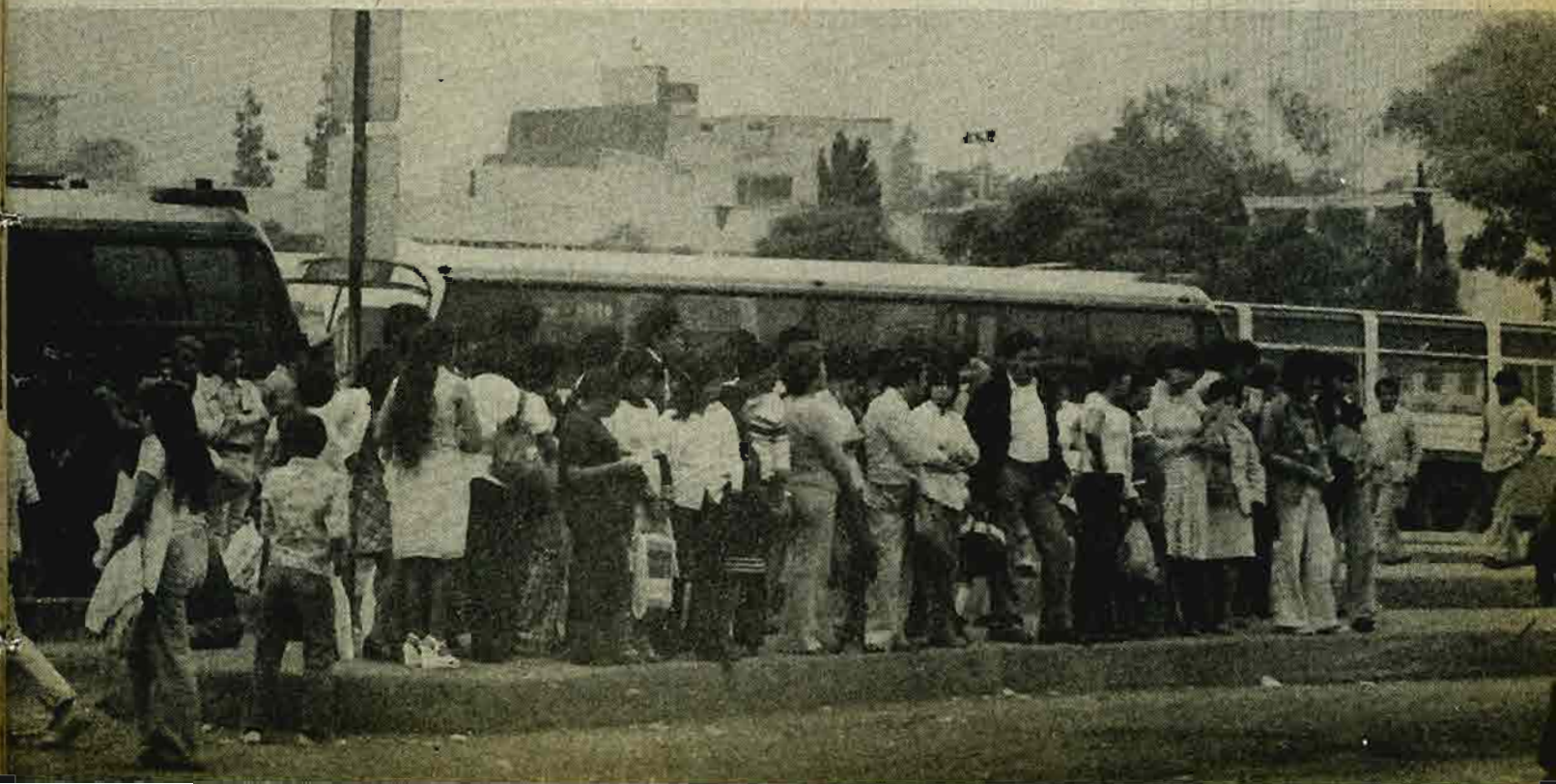


suerte de coincidir con algún conductor que en ese momento se retire y herede el lugar de estacionamiento. Empero, pocas veces ocurre el milagro; es entonces cuando hay que meterse en un estacionamiento sin saber a ciencia cierta cuánto costará, y sin ninguna garantía de que el auto sea tratado con cuidado.

Y es que, en cuestión de precios, existe casi una anarquía donde cada quien cobra según el tipo de estacionamiento y el lugar donde se encuentre. Al respecto, el profesor Hank González ha señalado que para aumentar el número de estacionamientos hay que convertirlos en un negocio redituable; para ello es necesario que cada delegación expida un reglamento de acuerdo con su realidad.

La fijación de altos precios en estacionamientos, según algunos observadores, es una medida para desalentar el uso del automóvil, sobre todo si se toma en cuenta que en algunas zonas de la capital se ha implementado un sistema de tarjetas para poder estacionarse en la vía pública. Con este mecanismo —que ha sustituido a los parquímetros— quien deja su auto durante ocho horas debe pagar un total de 80 pesos, cerca del 40 por ciento del salario mínimo.

Aun así, los propietarios y administradores de los estacionamientos



"LOS AUTOMOVILISTAS SOMOS ACAPARADORES DE LA VIALIDAD"

"El tráfico en la Ciudad de México ha llegado a un punto crítico cuyas manifestaciones son: saturación de la vialidad, embotellamientos constantes y generalizados, insoportable lentitud, incremento en los accidentes y notorio aumento de la agresividad de los conductores", expresa el arquitecto Emilio Pradilla Cobos, docente e investigador sobre problemas urbanos en la UNAM y la Universidad Autónoma Metropolitana.

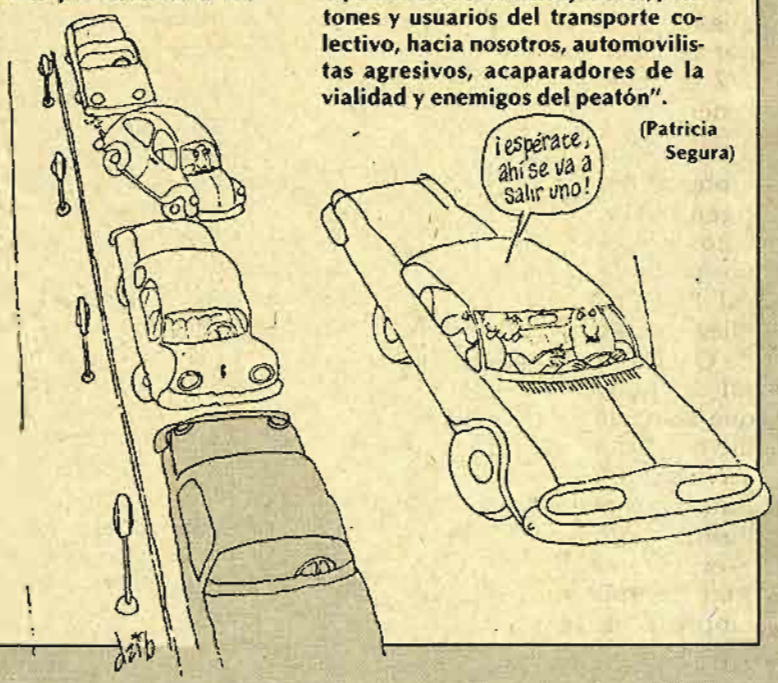
Agrega que estos problemas son resultado de varios factores, entre los que se cuentan **"el crecimiento acelerado de la población del D.F. y la presión de las trasnacionales automotrices que, en función de sus intereses, crean una ideología del automóvil particular a través de la publicidad. También influye la irracionalidad del sistema de camiones, taxis y peseros sometidos a los intereses privados de los propietarios. A esto se añaden aspectos individuales como la falta de educación del conductor, cuyo lema es 'yo tengo que llegar primero' "**.

"Y es claro el exagerado consumo de vialidad por parte del auto particular —sigue— **pues mientras éste transporta una o dos personas en 10 metros cuadrados, un camión desplaza a 60 o más pasajeros en 35 metros cuadrados. Es decir, que mientras el viajero de autobús utiliza menos de dos metros cuadrados, el del automovil acapara más de cinco".**

Por otra parte, el urbanista subraya que las cuatro horas o más que el trabajador utiliza diariamente para transportarse son horas adicionales de trabajo, quitadas a su descanso, que nadie le paga y que reducen su capacidad productiva.

Al hablar de posibles soluciones, Pradilla Cobos menciona la necesidad de revertir el predominio del automóvil sobre el transporte público. **"Para ello hay que dar prioridad absoluta al Metro y racionalizar el transporte camionero. Asimismo, es importante dar preferencia a los autos chicos y limitar la publicidad de automóviles".**

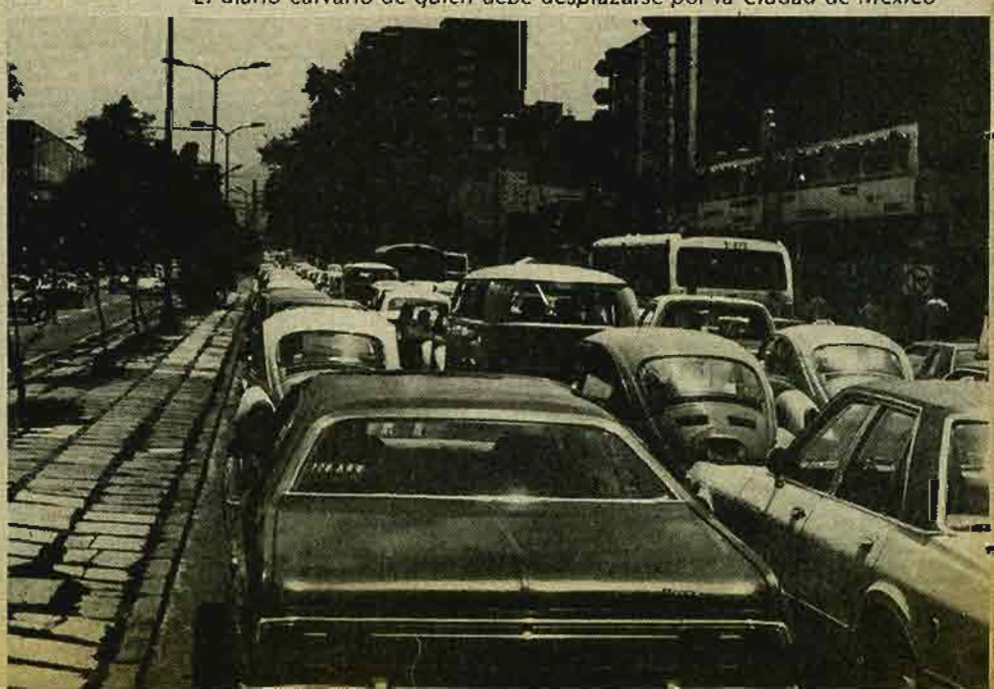
Finalmente, el investigador universitario sentencia: **"O aceptamos el transporte colectivo y aprendemos a usarlo, o pronto descubriremos que nuestro lujoso automóvil será inútil para transportarnos si permanece horas parado en el Periférico o en cualquier Eje vial, envenenándonos con sus gases. Suena un poco exagerado, pero ya hemos vivido ejemplos de lo que será una realidad muy pronto. Y tenemos que preguntarnos hasta cuándo durará la paciencia de los trabajadores, peatones y usuarios del transporte colectivo, hacia nosotros, automovilistas agresivos, acaparadores de la vialidad y enemigos del peatón".**



(Patricia Segura)

Todo tipo de molestias tiene que padecer quien utiliza el transporte público

El diario calvario de quien debe desplazarse por la Ciudad de México



afirman que apenas cobran el precio justo. Aseguran qué en muchos casos la utilidad del estacionamiento es nula y que solamente se obtiene el equivalente al salario de un trabajador. A juicio del señor Javier González, subdirector de estacionamientos de Servicios Metropolitanos S.A., **"la hora de estacionamiento debería costar 40 pesos".**

Sin embargo —quizá por las deficiencias del transporte público, las enormes distancias o la mentalidad del mexicano—, son pocos quienes, teniendo auto, han optado por dejarlo en casa. La mayoría sigue luchando por encontrar un pequeño hueco en la vía pública o por alcanzar lugar en alguno de los 277 estacionamientos del Distrito Federal.

Además de los altos precios, las protestas de los consumidores se dirigen hacia el mal trato que sus autos —y ellos mismos— padecen por parte de los empleados del local. Es así que el licenciado Héctor Pliego, director del departamento de Quejas en la Procuraduría Federal del Consumidor (PFC), apunta que diariamente reciben un promedio de 20 quejas en contra de estos servicios, principalmente por malos tratos, rayones, golpes y hasta robo de los vehículos. **"Semanalmente** —expresa por su parte el licenciado Juan Sarquís, representante de la empresa Estacionamientos de México— **gastamos entre 200 y 225 mil pesos en reparar los daños a los autos".**

Por todo lo anterior, es importante que los automovilistas conozcan sus derechos antes de confiar su auto en manos —muchas veces inexpertas o irresponsables— de los empleados de estacionamientos. En ese contexto, el Reglamento de Estacionamientos para vehículos en el D.F. señala, entre otras cosas, que los carriles de entrada y salida deben estar libres, que los acomodadores deben portar un gafete y que las tarifas, así como los lugares donde presentar quejas, deben colocarse en un lugar visible. De igual manera, la reglamentación obliga a colocar un anuncio cuando no hay cupo y expedir boletos marcados con el reloj checador y un comprobante cuando se ha solicitado.

Además, los propietarios de estacionamientos públicos deben contratar una póliza que cubra robo total, daños y destrucción de los vehículos por cualquier causa. Si alguno de los puntos anteriores no es cumplido por algún estacionamiento, el consumidor tiene pleno derecho de acudir a la PFC a denunciar los hechos.

Transporte público: ¿una opción?

Todas las medidas encaminadas a desalentar el uso del automóvil pueden ser positivas, principalmente porque no hay comparación entre el espacio ocupado por una persona en un automóvil particular —que en promedio transporta 1.7 pasajeros cada uno— con el que ocupa cada viajero en el Metro o en autobús. Visto desde esa perspectiva, la opción lógica sería dejar el auto sólo para algunas salidas con la familia y desplazarse en Metro o autobús sin el menor pendiente por encontrar estacionamiento.

Pero quien alguna vez ha intentado cruzar la muralla humana que se forma en el Metro a ciertas horas del día, o que ha debido soportar empujones, pisotones y todo tipo de agresiones en un autobús que a veces no hace sino contaminar con humo y ruido, sabe que —por lo menos actualmente— ésta no es una opción muy ventajosa.

Hay que decir, sin embargo, que existen planes interesantes para promover el transporte público, olvidado durante mucho tiempo. Una de las medidas que se han empezado a poner en marcha —además de la acelerada expansión del Metro— es la llamada Red Ortogonal de Autobuses que sustituye 334 rutas cortas y sinuosas por 76 recorridos rectos y largos. Además de agilizar el transporte, este sistema tiene la ventaja de que el consumidor puede trasladarse muchos kilómetros —de Nezahualcóyotl a Tlalnepantla, por ejemplo— por el precio de un solo

No conformes con acaparar la vialidad urbana, los autos invaden las banquetas

El tránsito capitalino se ha convertido en una permanente agresión al peatón

boleto, lo que representa un importante ahorro. Y dado que los autobuses realizan el 50.8 por ciento de los 18.4 millones de viajes/persona diarios, es urgente que sigan creciendo en calidad y cantidad.

Con respecto al Metro se pretende cubrir —a largo plazo— una extensión de 378 kilómetros, con 21 líneas en el D.F. y tres en el estado de México, capaces de realizar 24 millones de viajes/persona diarios. Actualmente, los 42 kilómetros con que cuenta el Metro —que se extenderán a 80 en este sexenio— mueven 3 millones de viajes/persona al día.

"Voy a entregar"

Otro protagonista importante en el tránsito capitalino es el taxi, transporte que cuando lo necesitamos va lleno o "a entregar".

Según datos del Departamento de Policía y Tránsito del D.F., en la capital existen 67 mil taxis entre los registrados, los tolerados y los peseros. Y aun cuando en número de unidades superan ampliamente a los autobuses, las quejas generalizadas apuntan hacia la escasez de taxis dispuestos a dar el servicio, y el cobro exagerado y arbitrario que ha convertido a los taxímetros en piezas de museo. **"Yo casi no uso el taxímetro porque ya me sé las rutas y cuánto marca; de esa manera le digo desde antes al pasajero cuánto le voy a cobrar"**, expresa Francisco Pérez Arrueta, chofer de un minitaxi.

Otras protestas de los consumidores se refieren a los taxis que operan en las terminales de autobuses y

¿Cuánto cuesta la tonelada de un auto de lujo?

Pese a los mecanismos que se están implementando para desalentar el uso del automóvil, todavía hay quienes gastan fuertes sumas de dinero en enormes autos de lujo que acaparan muchos litros de gasolina y demasiados metros cuadrados de espacio, para, por lo regular, transportar sólo a una o dos personas.

Y podría decirse que el precio de estos vehículos es insultante para una población que difícilmente tiene acceso a los productos básicos. Calculamos cuánto cuesta la tonelada de un auto lujoso y una tonelada de frijol. Estos son los resultados:(*)

En resumen, con lo que cuesta la tonelada del auto (pesa 1.8 toneladas aproximadamente), se podrían adquirir casi 18 toneladas de frijol, suficientes para satisfacer la demanda de frijol de 260 familias durante un año.(**)

321,701.19 pesos la tonelada

17,900 pesos la tonelada

(*) Datos proporcionados por el Departamento de Estudios Económicos del INCO.

(**) Cada mexicano ingiere un promedio de 13.5 kilos de frijol al año.

La doble —y hasta triple fila— ya es habitual para quien se estaciona en la vía pública

en el Aeropuerto Internacional, quienes han formado una especie de monopolio. **"Yo no creo que esté bien que no dejen entrar a los demás taxis al aeropuerto, pues luego hay que esperar como una hora o más para que se junte la gente que va para el rumbo y Setta los lleve"**, reclama la señora Amalia Vázquez, quien lleva más tiempo aguardando transporte para su casa que el tiempo empleado por el avión para traerla desde Guadalajara. **"Aunque yo llegué antes que mucha gente** —añade— **sigo aquí porque nadie va a la colonia del Valle. Esto es muy frecuente cuando llegan extranjeros. Como todos van a un hotel, los demás debemos esperar".**

Ante tal panorama, la opción parecería consistir en dejar el auto en casa y ponernos a caminar. Pero con las distancias tan grandes que existen en el D.F., esto no es más que una bella e inocente utopía.

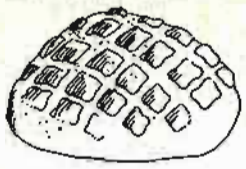
Lanzarse a la difícil empresa de meterse al Metro, a un pesero o a un autobús, tampoco parece ser muy convincente para muchos, al menos en estos momentos. Por lo tanto, lo que se puede hacer mientras el transporte público crece —cualitativa y cuantitativamente— es afrontar con solidaridad los problemas de tráfico que todos padecemos y que a todos nos cuestan. Porque, en última instancia, la misma prisa puede tener aquel a quien le pitamos el claxón o a quien le aventamos el auto para rebasarlo.

Y quizá convendría considerar las palabras de María Esther Guevara, automovilista que todos los días emplea más de una hora para llegar a su trabajo: **"Creo que una opción sería organizarnos con nuestros vecinos de acuerdo con el rumbo en donde cada quien trabaje, para transportarnos en un solo auto. Lo mismo podrían hacer las señoras que llevan a sus hijos al colegio; de esta manera se ahorraría en gasolina, en estacionamiento y en el desgaste normal del vehículo, además de que se reducirían las tensiones propias de quien maneja todos los días".**

[S.J. Información: Ana Alegret, Isabel Arbesú y Patricia Segura]

SUMARIO

PAN Pág. 23
Sepa cómo prepararlo



ESTUDIO DE JERGAS
Pág. 38
Júzguelas por usted mismo

FESTIVAL CERVANTINO
Pág. 35
Así se consumió en Guanajuato

Y ADEMAS...

Tránsito capitalino: cuesta dinero y salud	1
Trascartón	8
Editorial	9
La voz de los trabajadores	10
No pierda la sintonía cuando compre su radio	12
Moderno Robin Hood de los consumidores estadunidenses	16
Carta a un padre	18
Consuma: no reste	19
Yo, pasta dental, confieso	31
Como venderle pan al panadero	32
Atrapados ...¿sin salida?	40
El síndrome de Houston	42
Escriben los que consumen	46
Los consumidores no se dejan	48

TRASCARTON

por Alberto Isaac

DIRECTORIO

CONSEJO EDITORIAL

DIRECTOR GENERAL DEL INCO: **Enrique Rubio.** SUBDIRECTORA DE ORIENTACION Y DIFUSION: **Ivonne Buentello.** SUBDIRECTOR TECNICO: **Lic. David Márquez Ayala.** SUBDIRECTOR DE ADMINISTRACION Y FINANZAS: **C.P. Javier Haro de Alba.** SUBDIRECTOR DE PROMOCION: **Lic. Alor Calderón.**

REVISTA DEL CONSUMIDOR

Coordinador: Carlos Ulanovsky. **Jefa del Departamento Editorial:** Norma Sinay. **Jefe de Redacción:** Sergio Jácome García. **Redacción:** Ma. Isabel Arbesú, Wenceslao Huerta, Susana Rodríguez, Patricia Segura, Bertha Trejo. **Correctora de Estilo:** María Inés Silberberg R. **Fuentes Informativas: Subdirección Técnica (Departamento de Bioquímica:** Ing. Carlos Cárdenas, **Departamento de Ingeniería:** Ing. Luis Juárez Suárez, **Departamento de Bienes y Servicios:** Lic. Luis Mercader, **Departamento de Economía:** Lic. Soledad Salcedo, **Area Jurídica:** Lic. Francisco Javier Fernández Fredes, **Asesor Médico:** Dr. Raúl Nieto Valdez, **Centro de Documentación e Información:** Lic. Gustavo Salinas Iñiguez), **Procuraduría Federal del Consumidor:** Esteban Valentino, **Congreso del Trabajo:** Departamento de Difusión. **Arte y Diseño:** Francisco Estebanez. **Ilustración y Maqueteo:** Jorge Aguilar, Augusto Apón, Ricardo Baeza, Rodolfo Coronel, Audomaro Herrera. **Producción Gráfica y Archivo:** Lisette Reynaud. **Asistentes Unidad Editorial:** Ernestina Avilés, Antonia García Gómez, Humberto Hernández, Guadalupe Roldán, Gilberto Ruz. **Departamento de Planeación:** Dr. José Medina Pichardo. **Distribución y Suscripciones:** Lic. Roberto Galindo.

ILUSTRADORES

Ricardo Baeza, Carlos Dzib, Francisco Estebanez, Audomaro Herrera, Alberto Isaac.

CREDITOS FOTOGRAFICOS

2a. de Forros: Carlos López
3a. de Forros: J. A. Arroyo
4a. de Forros: Marta Merkin
Página 2 a 7: J. A. Arroyo y Carlos Franco. **10:** Archivo. **12 y 13:** J. A. Arroyo. **15:** J. A. Arroyo. **22:** J. A. Arroyo. **23:** Archivo. **27:** Carlos Franco. **28:** J. A. Arroyo y Marta Merkin. **31 y 32:** J. A. Arroyo. **34:** J. A. Arroyo. **35-37:** Sergio Jácome. **38:** J. A. Arroyo. **40:** J. A. Arroyo. **46 y 47:** Archivo.

PRECIOS	REPUBLICA MEXICANA	EXTRANJERO
Ejemplar suelto	$ 15.00 M.N.	U.S. $ 2.00
Suscripción anual (12 números)	$ 150.00 M.N.	U.S. $ 20.00
Ejemplar atrasado	$ 20.00 M.N.	U.S. $ 3.00

El cielo limpio que se supone asociado a la primavera hace ya mucho tiempo que se enturbió en la ciudad de México. Alfonso Reyes no podría ya advertir a los viajeros que han llegado, al aproximarse a Anáhuac, a la región más transparente del aire. Menos hubiera podido decirlo en abril de este año cuando la capital federal conoció una de sus mayores crisis en lo que hace al ensuciamiento de su atmósfera.

El episodio en sí mismo duró varias semanas. Pero fueron más prolongadas sus consecuencias. Asimismo, son más duraderas las posibilidades de que el fenómeno ocurra de nuevo, porque las causas que le dieron origen están presentes, aunque se les pudiera encontrar paliativos.

Se trata del incendio de los depósitos de basura en el oriente de la ciudad de México, en Santa Cruz Meyehualco. Por su propia naturaleza, no fue fácil sofocar la quemazón, pues surgía desde la entraña de las enormes montañas formadas con los desechos capitalinos durante décadas. Alguna vez, a corto y mediano plazo, los basureros serán desplazados de ese lugar.

Es inevitable que los grupos humanos generen desechos, arrojen basura. Se trata del metabolismo social en que lo no indispensable es despedido, como ocurre con el cuerpo humano. Así, tendremos siempre la basura con nosotros, y deberemos enfrentar el problema de qué hacer con ella. Pero una cuestión anterior es la clase de basura que producimos. En verdad, hoy desechamos mayor cantidad de elementos físicos que nunca. No hablamos sólo del aumento natural, derivado del incremento de la población. Ha crecido nuestra capacidad per cápita de generar basura y arrojarla a los tiraderos públicos.

Dime qué tiras y te diré quién eres, podríamos decir parafraseando el viejo lema. Una sociedad urbana con altos niveles de consumo, como la asentada en la ciudad de México, puede en efecto ser conocida por su basura, acaso más que por ningún otro indicador. Los envases no retornables, y en general las envolturas de origen químico que no pueden ser destruidas y alteran por lo tanto los ciclos naturales, forman parte creciente de nuestros desechos. Al incorporarlos a nuestra vida, los hemos hecho también parte de nuestra basura.

Hemos de cobrar conciencia de que el consumismo es un proceso que no se agota en el acto mismo de comprar, y usar e ingerir. Sin amarillismos a los que no es preciso recurrir porque aquí también la realidad supera a la imaginación, podemos decir que si el consumismo ha transformado nuestras vidas, acaso pueda también modificar nuestras aproximaciones a la muerte. Eso, y no otra cosa, son los avances en la contaminación ambiental, en cuyo incremento tanto juegan los nuevos desechos, la basura nueva, sea que se queme o que sólo permanezca allí, a nuestro lado.

La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es una publicación mensual de información, capacitación y orientación a los consumidores.
La revista del Consumidor tiene como objetivo ofrecer a sus lectores recomendaciones acerca de bienes y servicios, sugerencias sobre el manejo racional del presupuesto familiar, y consejos para la preservación de la dignidad humana y el mejoramiento constante de la calidad de vida de la población.
El contenido de todos los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista.
Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales.
No se autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.
Los productos que se utilizan en la elaboración de los Estudios Comparativos son adquiridos por el Instituto Nacional del Consumidor en los centros de venta, en las mismas condiciones en que los adquieren normalmente los consumidores.
El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos y estudios incluidos en esta revista, siempre que se indique su procedencia.
No se devuelven originales.
Dirección: Insurgentes Sur 1871, México 20, D.F. Teléfono 550-47-55. Suscripciones: diríjase a Revista del Consumidor, Insurgentes Sur 1991, México 20, D.F., o al Apartado Postal 20600.
Para correspondencia diríjase a: Revista del Consumidor, Asesoría Jurídica, Lic. Francisco Javier Fernández, Insurgentes Sur 1871, 6° piso, México 20, D.F. o al A. Postal 20600, México 20, D.F. Totalmente impresa en papeles nacionales por Offset Multicolor, Calzada de la Viga 1362, México, D.F. Tipografía: Multiservicios Publicitarios, Avenida Universidad No. 1499, México 21, D.F. Distribución: Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Certificado de licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependiente de la SEP, oficio N°. 504-1081, del 19 de octubre de 1976. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional del Derecho de Autor. Registrada como Correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, oficio No. 6339, expediente No. 09170-1423, de fecha 11 de noviembre de 1976.

La voz de los trabajadores

CONGRESO DEL TRABAJO
UNIDAD Y JUSTICIA SOCIAL

El pan: cada vez más empobrecido y más caro

El pan, uno de los principales alimentos del hombre, que antiguamente estaba asociado a ideas místicas y religiosas, ha perdido casi por completo esas características para pasar a ser un artículo más de comercio.

En nuestro país, la producción para el autoconsumo, á pesar de ser de gran volumen, ha ido dejando paso a la producción industrial, permitiendo la formación y desarrollo de verdaderos consorcios industriales que monopolizan tanto la producción como el mercado.

Por lo que respecta al consumo, también ha venido transformándose con el tiempo. En la actualidad se puede distinguir el tipo de pan que consume cada sector de la población, dependiendo de su nivel de ingresos, sobre todo en las zonas urbanas.

En el Distrito Federal y Area Metropolitana, hay alrededor de 2 mil panaderías registradas, que operan con unos 30 mil obreros y empleados, dedicados a la elaboración y venta de pan.

En la industria panificadora, el capital transnacional influye en la provisión de máquinas, así como en las técnicas del amasado y elaboración. Paradójicamente, mientras la tecnología se desarrolla cada vez más, el pan que consume la mayor parte de la población se empobrece cada día, pese a representar el 30 por ciento de las calorías en la alimentación de los habitantes de las ciudades.

Se dice que este empobrecimiento del producto se debe a que el incremento de precio de las materias primas se hace caer en el peso y en la calidad del pan, propiciando que sea el consumidor el que pague estos aumentos, salvaguardando y en ocasiones aumentando las ganancias de los grandes industriales de esta rama.

No sucede lo mismo con los pequeños y medianos productores, que por no tener la suficiente solvencia para enfrentar las variaciones en los precios de las materias primas, como tampoco para innovar su tecnología, cada vez tienen menos posibilidades de competir con los grandes monopolios del pan y van siendo progresivamente desplazados.

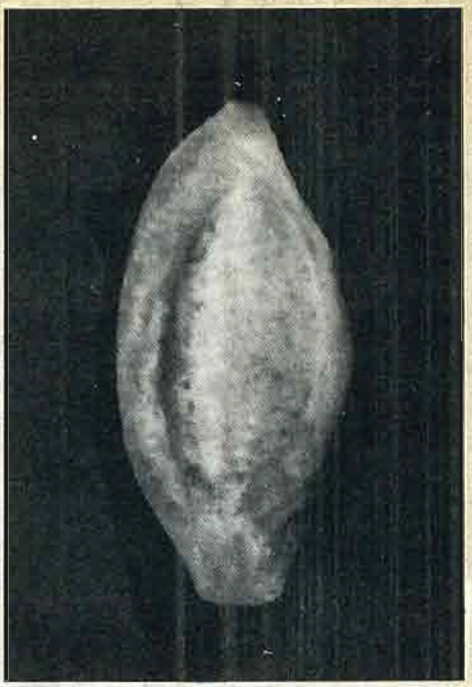
Entre las empresas fuertes que controlan el mercado del pan en México, podemos mencionar las que forman el grupo industrial Bimbo, S.A. En 1978 este grupo, con amplia participación de capital transnacional, estuvo entre las principales industrias del país, con un monto de ventas de 5,876.5 millones de pesos y un personal de 15,094 trabajadores.

Sobre los aumentos de precio del pan, es bueno comparar algunas cifras: hace cinco años un bolillo de 80 gramos costaba al público 20 centavos; en la actualidad pesa 70 gramos y vale 50 centavos. Algo similar ocurre con el pan de dulce tradicional: su peso hace cinco años era de 40 gramos y valía 50 centavos; hoy pesa alrededor de 30 gramos y cuesta dos pesos en promedio.

Al aumento de precios (que en el caso del bolillo ha sido de cerca del 400 por ciento en tan sólo siete años), hay que agregar hechos como los que denunciaran el líder del Sindicato de Obreros Panificadores del D.F., Leonardo Trejo, y el asesor jurídico de los sindicatos independientes de esa actividad, Adán Nieto. Ambos revelaron en los últimos meses de 1979 que un grupo de siete especuladores controlaba casi por completo la producción de pan en el D.F. y, con fines especulativos, habían reducido en un 30 por ciento la manufactura de pan blanco, el cual era fabricado con 25 gramos menos de lo establecido oficialmente.

Aunque el precio y el peso del bolillo está reglamentado y debe ser de 50 centavos la pieza de 70 gramos, los dueños de las panificadoras continuamente están tratando de burlar a las autoridades, reduciendo el peso. Es tal su avidez de ganancias que llegan a utilizar ingredientes nocivos para la salud, con el fin de hacer que el pan se expanda de tal forma que el consumidor no se percate de que el peso es menor.

El panorama es peor con respecto al pan de dulce, sobre el cual reina una total anarquía, pues por carecer de precio reglamentario, cada panadería particular fija el valor de su producto sin tomar en cuenta nada más que la especulación.



Los trabajadores organizados de la industria panificadora se han manifestado, en varias ocasiones, a favor de que se controle también el precio del pan de dulce, para que éste pueda constituirse en un producto de consumo popular, ya que parece que en la actualidad se ha convertido en un artículo de lujo, que no sólo ha dejado de entrar en el consumo de las clases populares, sino también de las familias de la clase media.

En cuanto a la situación de los trabajadores de la industria elaboradora de pan, hay que señalar que por las características de su actividad —jornadas de trabajo agobiantes, trabajo a destajo, variedad de turnos— ven reducidas sus posibilidades de alcanzar mejores condiciones laborales a través de la organización. De ahí que tanto sus prestaciones como sus salarios sean muy limitados.

En resumen, ante los problemas que enfrenta la industria panificadora en México, lo conveniente sería que se elaboraran políticas tendientes a reglamentar en forma rigurosa no tan sólo los precios, sino también la calidad del pan. Siempre en la perspectiva de que los amplios sectores de la clase trabajadora y en general de la población con bajos ingresos tengan un consumo adecuado de este producto, tanto en cantidad como en calidad.

Por otra parte, es necesario que los organismos correspondientes tomen cartas en el asunto para reglamentar las relaciones de los trabajadores de la industria panificadora, propiciando mecanismos para que estos trabajadores se organicen y hagan respetar sus derechos.

Si en verdad —como afirman los industriales— hay incosteabilidad de las empresas panificadoras, podrían formarse cooperativas administradas por los trabajadores.

Para todo esto, lo primero que tendría que hacerse es un análisis a fondo de la situación real de la industria panificadora, elaborar un registro de sus trabajadores, sean sindicalizados o no, y a partir de ahí, ver las formas de combinar estos factores para que la producción satisfaga plenamente las necesidades de la población.

CHIFLIDOS

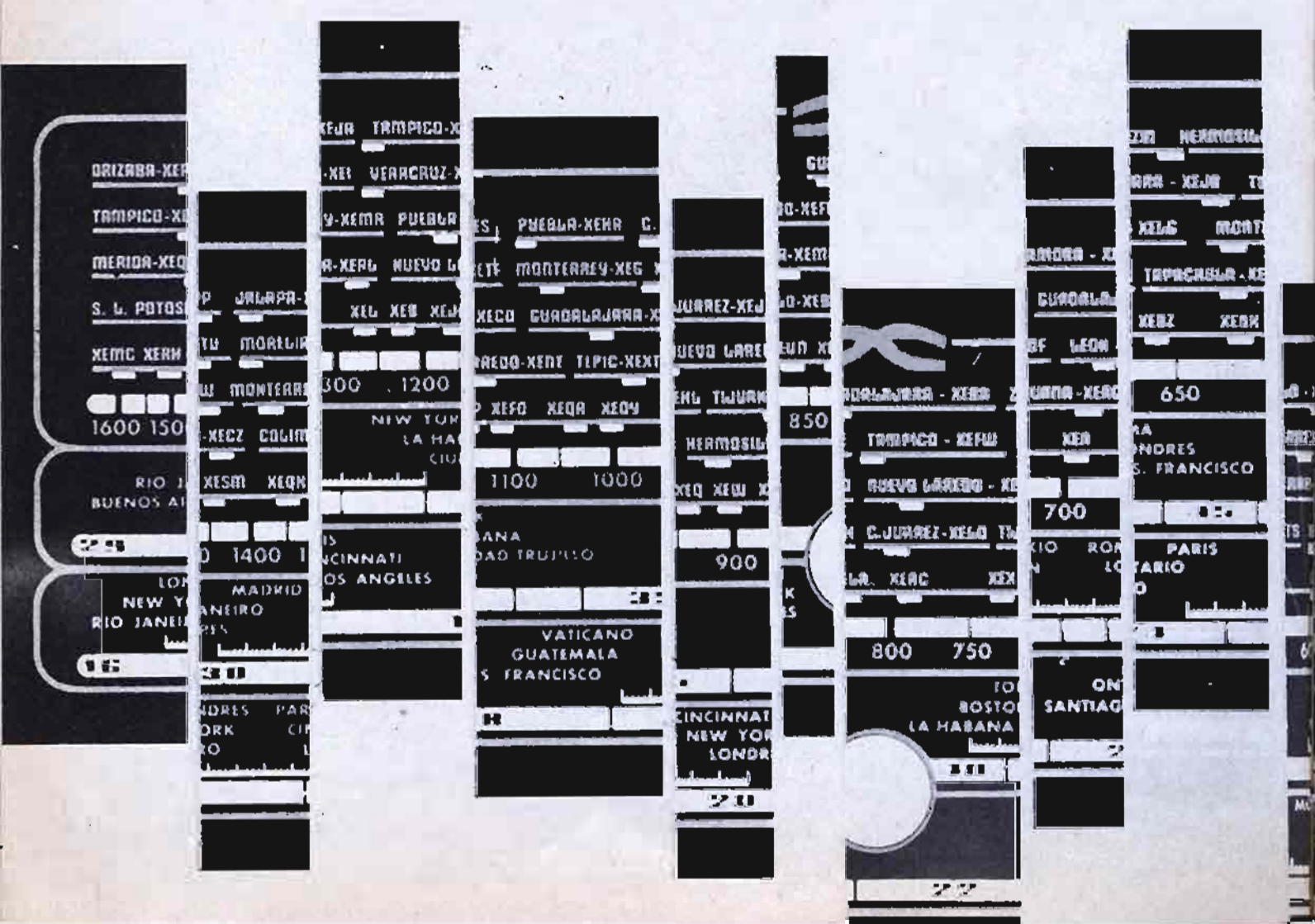
Para Comercial Doméstica, de Calzada de la Viga 672. Muchos clientes de esta empresa, dedicada a vender artículos eléctricos, se quejan de los malos tratos que reciben de parte de los vendedores y de que dejan vencer las mensualidades de los artículos adquiridos allí, con el lógico perjuicio para los consumidores, que están expuestos a ser embargados o a tener que pagar intereses moratorios.

FANFARRIAS

Para el servicio de Reparación Easy, que se dedica al arreglo de aparatos electrodomésticos de la mencionada marca. Todas las quejas presentadas ante la Procuraduría Federal del Consumidor en contra de ellos son conciliadas de inmediato. Y si por algún motivo el consumidor no puede acudir a la junta de conciliación, ellos mismos se ponen en comunicación con él para resolverle su problema.

No pierda la sintonía cuando compre su radio

Más que un lujo, la radio constituye actualmente una necesidad para estar informados, entretenidos o, incluso, acompañados. Pero de la buena selección del aparato depende que estos satisfactores no se pierdan en el aire. Para tal efecto, el INCO realizó un estudio comparativo de receptores de radio; éstos son los resultados.



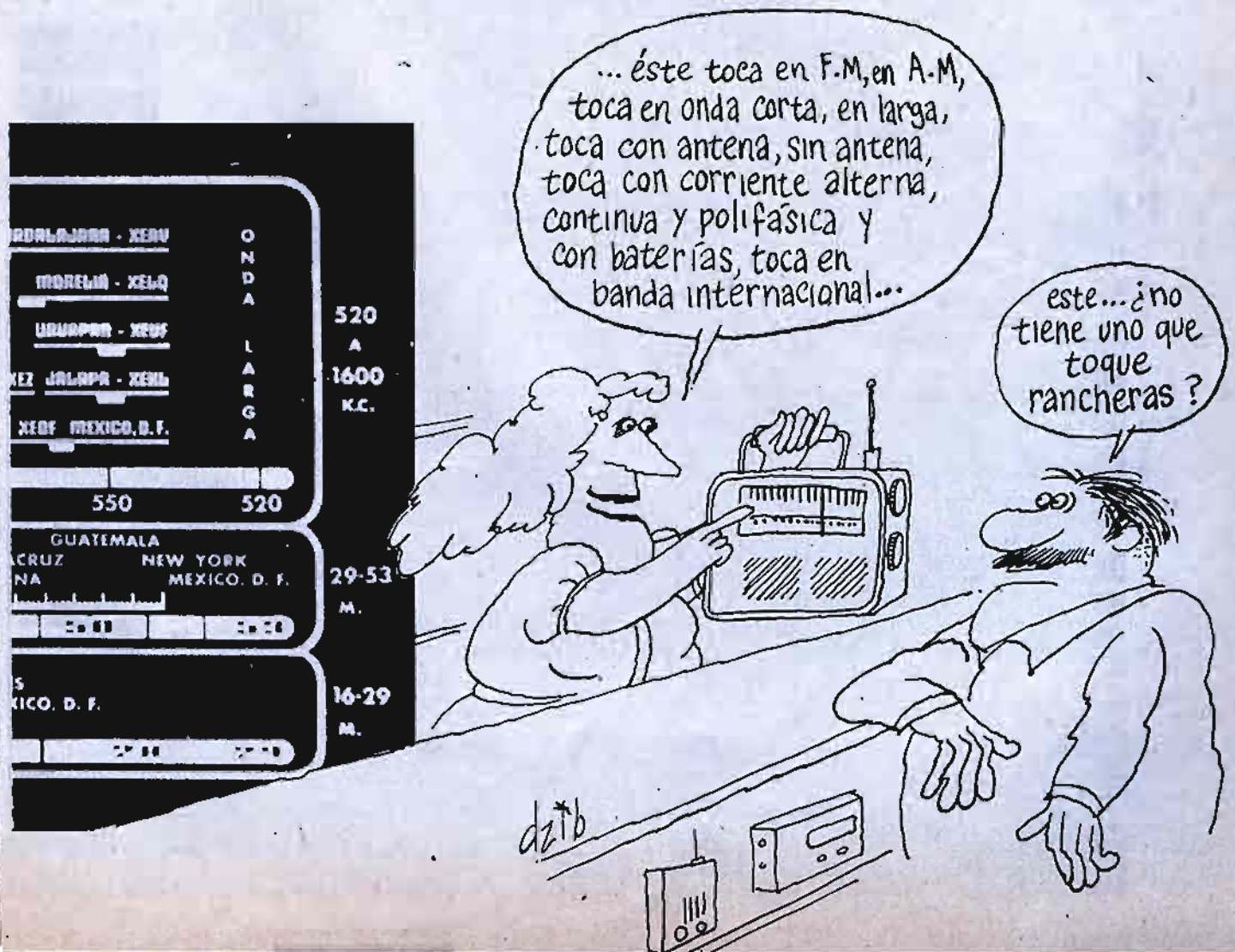
Imaginemos por un momento que, por alguna extraña razón, un contemporáneo del siglo diecinueve aterriza entre nosotros. Por supuesto, se vería anonadado por una serie de elementos, espantado por los autos, estupefacto ante los aviones, incrédulo ante los teléfonos, atónito ante la luz eléctrica. Y, con seguridad, no daría crédito al ver cómo podemos caminar por las calles con un extraño artefacto sostenido junto a nuestro oído para escuchar las últimas noticias que una voz sin cuerpo nos transmite en el mismo momento en que ocurren. O no se explicaría de qué modo escapa la música de esas cajitas cuadradas ubicadas en mesas, escritorios, baños, autos, etc. Nosotros mismos hemos perdido capacidad de sorpresa ante la radio. De tal manera se ha convertido en un elemento natural de nuestras vidas, en una suerte de necesidad cultural y social, que casi hemos llegado a creer que forma parte de la naturaleza, que existió siempre. Hay aún muchos artefactos modernos que permanecen en la categoría de lujos: el receptor de radio **no es** uno de ellos. En el siglo de las comunicaciones ha cobrado, poco a poco, la categoría de derecho.

Sin embargo, como todos los derechos, éste —que permite tener acceso a la información, al entretenimiento y también, para muchos, a una importante forma de compañía— no siempre se ejerce en su totalidad. No sólo se trata de tener acceso a un receptor, sino a **un buen receptor de radio**. Porque la "magia" de las ondas herzianas (a través de las cuales estas emisiones surcan el aire) puede fracasar ante un receptor de mala calidad y, entonces, nos veríamos tan incomunicados y antediluvianos como aquel incrédulo señor del siglo diecinueve.

Fiebre del radio

Que los mexicanos queremos estar comunicados con el mundo que nos rodea y que el receptor de radio cumple un papel importante en ello puede demostrarse con unas pocas cifras. Entre 1976 y 1979, por ejemplo, la producción de estos artefactos creció a razón de un 8.5 por ciento anual y sólo entre enero y mayo de 1979 se fabricaron 300 mil receptores portátiles y de mesa.

Estos datos fueron proporcionados al Departamento de Ingeniería del INCO por la Cámara Nacional de la Industria Electrónica y de Comunicaciones Eléctricas. Esa producción creciente corre por cuenta de 12 fabricantes, los cuales básicamente



se encuentran instalados en el área metropolitana del Distrito Federal. La mitad de esas empresas (Philips, National, Zonda, Electrónica Occidental, Distribuidora Nacional Electrónica y Asociación Electrónica Mexicana) cubren el 80 por ciento de la producción. Las dos primeras son las que más modelos tienen en el mercado y la gran mayoría de todos los receptores producidos por todas las fábricas presentan alimentación tanto de pilas como de corriente eléctrica.

Anatomía de un receptor

Al margen de esta información, que describe su popularidad, ¿sabe usted qué es y cómo funciona el receptor de radio?. Conocerlo puede ser no sólo un modo de entrar en su "magia", sino, fundamentalmente, de comprar mejor.

Los técnicos del INCO estudiaron minuciosamente 26 modelos de receptores, sometiéndolos a una prueba de funcionamiento completa que comenzó por verificar el **marcado** del producto. Ese marcado, que debe ir en el empaque, informa al comprador sobre las características y cualidades del receptor. La mayoría de los radios analizados se atienen a esas normas, con excepción de los modelos **Ejidal** y **Caporal** (de Audiosonic) y **Platino** y **Cosaco** (de Zonda) que omitían la leyenda "Hecho en México". Estos dos últimos modelos, más el **Kenton** (Electrónica Occidental) y varios de National muestran diferencias entre la información del instructivo de uso y la incluida en el "cuerpo" del receptor.

Zonda y Audiosonic omitieron además, en algunos casos, el instructivo. En cambio todos los modelos llevaban la correspondiente garantía, que va desde 3 meses (Philips) a 6 (Zonda) y 12 (National).

Otro aspecto importante es el de la **seguridad**, es decir las precauciones

CUADRO COMPARATIVO DE RADIOS

MARCA	MODELO	TIPO DE ALIMENTACION	SEGURIDAD	CONSUMO (WATTS)	OPERACION					
					SENSIBILIDAD		SELECTIVIDAD		DISTORSION	
					C.D.	C.A.	C.D.	C.A.	C.D.	C.A.
NATIONAL	MR-5	C.D.	CUMPLE	0.2	EXCELENTE	— — —	MALA	— — —	POCA	— — —
	KARATE	C.D./C.A.	NO CUMPLE	1.0	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	POCA	MAYOR
	TITANIK	C.D.	CUMPLE	0.2	EXCELENTE	— — —	MALA	— — —	MAYOR	— — —
	RF-741 B	C.D./C.A.	CUMPLE	1.5	BUENA	BUENA	BUENA	MALA	POCA	POCA
	RL-7369 A	C.D./C.A.	NO CUMPLE	4.0	BUENA	BUENA	EXCELENTE	EXCELENTE	POCA	POCA
	RL-113 D	C.D./C.A.	NO CUMPLE	3.0	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	POCA	POCA
	RL-105 C	C.D./C.A.	NO CUMPLE	2.5	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	POCA	POCA
	RC-5763 F	C.A.	CUMPLE	4.0	— — —	BUENA	— — —	BUENA	— — —	POCA
	RF-743 A	C.D./C.A.	CUMPLE	2.0	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	CASI NULA	CASI NULA
(E.O) KENTON	PALERMO	C.D./C.A.	CUMPLE	2.5	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	POCA	POCA
ZONDA	PLATINO	C.D./C.A.	CUMPLE	2.5	BUENA	EXCELENTE	BUENA	BUENA	POCA	POCA
	COSACO	C.D./C.A.	CUMPLE	3.0	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	CASI NULA	CASI NULA
	EMPERADOR	C.D./C.A.	CUMPLE	3.0	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	POCA	POCA
	PRELUDIO	C.D./C.A.	NO CUMPLE *	3.5	MALA	BUENA	BUENA	BUENA	POCA	POCA
PHILIPS	21-RL-125	C.D.	CUMPLE	3.5	BUENA	— — —	MALA	— — —	CASI NULA	— — —
	PANTERA	C.D./C.A.	CUMPLE	2.6	BUENA	EXCELENTE	BUENA	BUENA	POCA	POCA
	COBRA	C.D./C.A.	CUMPLE	3.0	BUENA	EXCELENTE	BUENA	BUENA	POCA	MAYOR
	LINCE	C.D.	CUMPLE	0.5	BUENA	— — —	BUENA	— — —	POCA	— — —
	KOALA	C.D./C.A.	CUMPLE	2.5	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	POCA	POCA
	CONDOR II	C.D./C.A.	CUMPLE	2.5	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	POCA	POCA
	IMPALA	C.A.	CUMPLE	2.5	— — —	BUENA	— — —	MALA	— — —	POCA
(DENSA) MAJESTIC	M-173	C.D.	CUMPLE	0.5	BUENA	— — —	MALA	— — —	POCA	— — —
	SONATA	C.D./C.A.	CUMPLE	0.5	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	POCA	POCA
AUDIOSONIC	EJIDAL	C.D.	CUMPLE	0.2	BUENA	— — —	BUENA	— — —	POCA	— — —
	CAPORAL	C.D./C.A.	NO CUMPLE	3.5	BUENA	BUENA	BUENA	BUENA	POCA	POCA
	ANDALUZ	C.D./C.A.	NO CUMPLE	4.0	BUENA	BUENA	BUENA	MALA	POCA	POCA

OBSERVACIONES: (*) DEFECTO CORREGIDO DURANTE EL ESTUDIO C.D. CORRIENTE DIRECTA (PILAS) C.A. CORRIENTE ALTERNA (ELECTRICIDAD)

tomadas para que el usuario no esté en contacto directo con el circuito eléctrico. Los modelos **Karate** (National), **Caporal** y **Andaluz** (Audiosonic) y **Preludio** (Zonda) mostraron "partes vivas", es decir conexiones del circuito eléctrico susceptibles de dar al usuario un "toque" eléctrico, sin la debida cobertura.

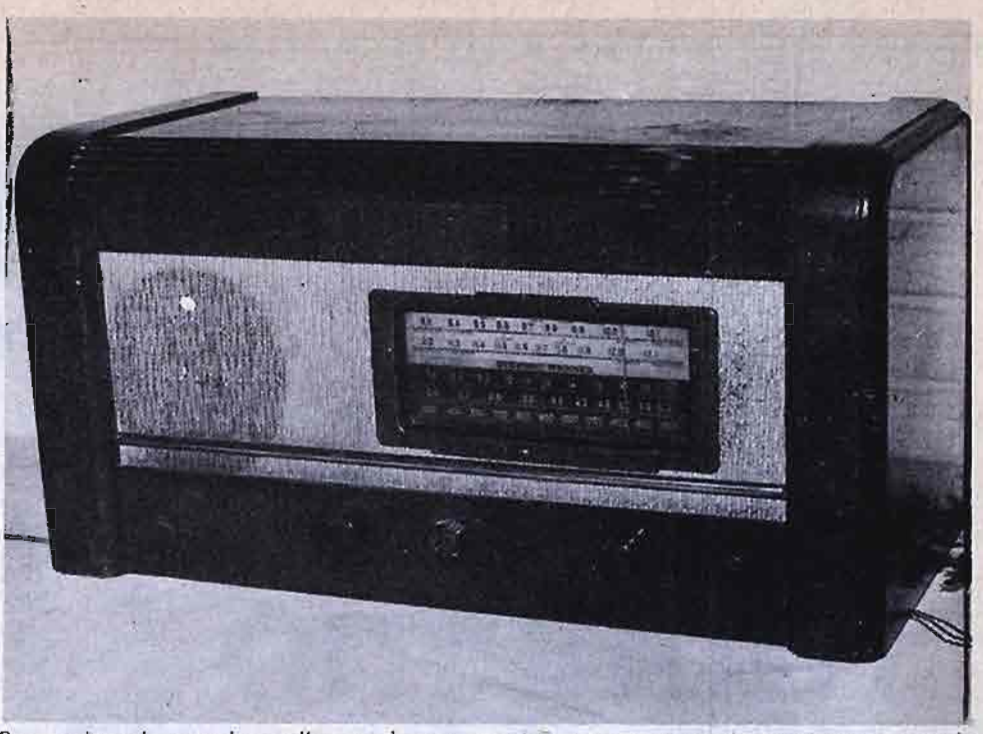
Los tornillos, bordes de las pilas, ranuras de ventilación y perillas de control son otros elementos de la seguridad, pero ningún modelo presentó deficiencias en este aspecto. Tampoco se detectaron fallas en cuanto a la seguridad mecánica, es decir no se comprobó presencia de elementos filosos o puntas peligrosas que pudieran causar daño al usuario durante la manipulación o traslado del aparato. En materia de **caída accidental** (prueba consistente en arrojar cinco veces el artefacto en forma vertical sobre una superficie dura, desde 5 cm.) sólo un modelo —el RL-105C (National)— sufrió la ruptura de la antena de ferrita.

Con la radio prendida

Todos los modelos fueron sometidos a una prueba de consumo de energía, temperatura, sensibilidad, selectividad y distorsión.

El promedio de energía consumida fue de 2.5 watts con un pico de 4.3 w en el modelo **Andaluz** (Audiosonic) y un mínimo de 0.2 w en el MR-5 (National). En cuanto a elevación de la temperatura —elemento que puede dañar el circuito eléctrico—, la mayoría de los modelos se mostró dentro de los límites requeridos, sin excesos dignos de mención.

La prueba de **sensibilidad** (aptitud de un receptor para captar estaciones débiles o lejanas) mostró que todos los modelos se comportan de modo diferente según sean alimentados con pilas o con electricidad. Los denominados RF-741 B y RL-113 D (National), **Caporal** (Audiosonic) y **Pantera** (Philips) son los que mejor comportamiento tuvieron en este aspecto. Los demás fueron más sensibles al ser alimentados con corriente. Esto se notó, sobre todo, en el **Palermo** (Electrónica Occidental), **Platino** (Zonda) y **Cobra** (Philips). El único más sensible con pilas fue el **Andaluz** (Audiosonic). Y hubo uno cuya sensibilidad fue insuficiente bajo todo punto de vista: el **Preludio** (Zonda). Para sitios alejados de la ciudad o de las emisiones transmisoras, los técnicos del INCO encontraron como modelos más recomendables por su alta sensiblidad a éstos: RM-5 y **Titanik** (National); **Pantera** y **Cobra** Philips y **Andaluz** (Audiosonic).



Como ejemplo para los radios modernos, muchos receptores antiguos siguen sonando

RECOMENDACIONES

- Al comprar un receptor exija su nota de compra, en la cual debe figurar fecha, registro federal de causantes y todos los datos que amparen el producto.
- Si quiere cancelar la compra, dispone de 5 días hábiles para hacerlo sin compromiso para usted.
- En la garantía que le otorguen en el momento de la compra debe figurar la fecha correcta, que ampara la validez.
- Elija el aparato que, como mínimo, indique marca del fabricante, número de registro de la DGE y la leyenda "Hecho en México".
- Exija el instructivo de uso y, en caso necesario, una demostración práctica del funcionamiento del artefacto.
- No mantenga en funcionamiento por largos períodos los modelos que funcionan a pilas (C.D.), pues esto las agota.
- Si no escucha el receptor, apáguelo.
- Elija los aparatos que tengan igual funcionamiento con pila o corriente alterna (C.A.) y recuerde: a mayor volumen de sonido, mayor consumo de pilas.
- No compre en el primer lugar que visite; recorra varios y compare los precios.

Sin embargo, no todo es sensibilidad. Esta debe combinarse con la **selectividad** (capacidad para evitar interferencias de otras emisoras de frecuencia próximas a la seleccionada) y la **distorsión** (cantidad de "ruido" que se filtra en la emisión y la hace a veces ininteligible).

A través del aire, infinidad de ondas se transmiten como sonidos. De la selectividad del aparato depende que éste pueda separarlas y reproducirlas adecuadamente. La peor selectividad correspondió a los modelos MR-5 y **Titanik** (National); 21 RL-25 e **Impala** (Philips) y **Andaluz** (Audiosonic). La mejor a los RL-7369 y RF-743 A (National); **Cosaco** (Zonda); **Cóndor II** (Philips) y **Caporal** (Audiosonic).

En cuanto a la distorsión, si bien ningún aparato puede emitir un sonido "puro" en un 100 por ciento, algunos —como el **Karate** y el **Titanik** (National) y el **Cobra** (Philips)— superan el 10 por ciento de distorsión, lo cual los pone en la categoría de "insuficientes". Los que menos ruidos extraños emiten (4 por ciento) son el RF-741 B, RF-743 A (el más recomendable de todos), RL-113 D y RL-105 C (National); **Platino, Cosaco** y **Emperador** (Zonda); 21 RL-125 y **Pantera** (Philips) y **Andaluz** (Audiosonic).

Con todos estos datos usted tiene ahora los elementos básicos para establecer una "buena sintonía" en la compra de su receptor.

ENTREVISTA CON RALPH NADER

Moderno Robin Hood de los consumidores estadunidenses

Alto, con más de 40 años y conocido ampliamente en los Estados Unidos, Ralph Nader es uno de los personajes más controvertidos en el vecino país del norte. Y es que ponerse del lado del consumidor en la nación más consumista del orbe no es nada fácil. Empero, este inteligente abogado lleva 15 años en una lucha que le ha valido el mote de "Robin Hood".

Detrás de él se mueve una confederación que no depende del Estado; se sostiene con aportaciones de los propios consumidores y por los recursos que generan sus estudios, libros y colaboraciones en revistas.

Entrevistado en Washington, la voz de quien ha hecho conciencia en el sagrado acto de comprar tiene importancia para los mexicanos.

¿Qué representan los consumidores para los industriales y comerciantes?.

RN Bueno... las compañías quieren vender productos. Los laboratorios quieren vender medicamentos, las armadoras de automóviles quieren vender autos y todos quieren obtener ganancias. Por ello, muy a menudo manipulan el mercado y venden productos que son excesivamente peligrosos. Por lo tanto el consumidor tiene que estar representado, tanto a través de las leyes que determinan las normas de seguridad con que deben cumplir las compañías, como a través del mercado, en donde los consumidores pueden elegir y rechazar los productos peligrosos y comprar los más seguros. Así que existe una lucha permanente para equilibrar la balanza,

de modo que los consumidores puedan ejercer una influencia decisiva en la adquisición de los productos que se encuentran en el mercado.

¿Es posible equilibrar esa balanza?

RN La gente que tiene poder y quiere obtener ganancias usará todo su poder sólo hasta ser frenada, hasta que se le ponga un contrapeso. Es por ello que el gobierno es necesario para aplicar las leyes a la gente que hace uso del poder económico. Y es por eso también que debemos tener derechos como consumidores, como trabajadores, para contrarrestar los derechos y abusos de las corporaciones y la industria. Toda la lucha por la justicia a lo largo de la historia de la humanidad es una lucha de frenos y equilibrios.

¿Cuál es el precio del progreso?

RN El progreso es algo que debe ser definido por los mismos pueblos. La lucha librada en numerosos países consiste en liberarlos de tener un progreso importado siguiendo el modelo de corporaciones o gobiernos extranjeros. Así, la definición del progreso debe reflejar los sentimientos de felicidad y justicia. Cuando la gente dice que hay un precio para el progreso está diciendo que la gente debe aceptar lo que se le da, sin tener voz ni voto en la decisión de lo que se le está dando. Pero cuando uno dice que hay beneficios y costos, los beneficios significan justicia y los costos significan injusticia. Son los pueblos quienes deben asegurarse de que esos beneficios no sean rebasados nunca por los costos.

En los países que tienen una economía rica es raro encontrar gente feliz: pueden tener muchos automóviles y casas enormes, volar en jets... pero no son felices. Por otra parte, usted puede ver gente que no es muy rica, pero que tiene paz espiritual, que puede ser mucho más feliz y que se relaciona con sus semejantes.

¿A qué atribuye este fenómeno?

RN Bien. Una sociedad que produce bienes materiales como un **fin** en lugar de producirlos como **medio** es una sociedad que jamás llegará a ser feliz; sus integrantes siempre ambicionarán tener más y más. Es una sociedad en que cada vez se reduce más el papel del espíritu, el papel de la justicia, el papel de la creatividad y el papel del idealismo. Por eso es que resulta muy importante para toda cultura, para la suya, para la mía, que dediquemos cierto tiempo como pueblo a pensar acerca de cuáles deben ser las metas que la sociedad debe alcanzar, qué es la felicidad, cómo podemos combinar el progreso industrial con la preservación de nuestros recursos naturales, el respeto hacia las generaciones futuras, la oportunidad para que el pueblo pueda realizar sus potencialidades. Esto es algo que no puede imponerse desde fuera; debe darse dentro de la cultura a partir de la discusión entre los seres humanos, a fin de que sus habitantes reciban una oportunidad para construir una sociedad mejor, tanto para las generaciones futuras como para las contemporáneas.

¿Considera que la brecha entre pueblos pobres y ricos se va haciendo cada vez más grande?

RN Si las naciones subdesarrolladas adoptan el modelo de desarrollo que les es impuesto por las corporaciones multinacionales, entonces continuarán con el proceso de acumulación de enormes sumas de riqueza en unas cuantas manos y descuidando las necesidades elementales de muchísimas personas pobres.

Pero si los países subdesarrollados crean **su propio** modelo de desarrollo, con sus propios recursos, con su propio capital, tendrán una economía mucho más estable, podrán distribuir más equitativamente la riqueza, alcanzarán un sistema político más estable y desarrollarán planes para el futuro.

Esas son las dos opciones: importar el modelo de desarrollo impuesto por las corporaciones multinacionales, el cual aumenta la dependencia, incrementa la contaminación, intensifica la dependencia de préstamos del exterior, exagera el predominio del materialismo; o bien desarrollar una cultura más fuerte y digna, junto con la economía y la política que de ella se deriven.

Veamos algunos ejemplos: Suecia desarrolló una economía empleando sus propios recursos, su propio capital, su propio genio creador. Pudo haber abierto sus puertas a las corporaciones multinacionales alemanas, francesas, norteamericanas o inglesas; pudo haber creado una economía dependiente, pero no lo hizo. Y ahora Suecia tiene una economía muy próspera, cuenta con fábricas de automóviles, ha desarrollado su propia literatura y su propia industria fílmica y tiene su propia estabilidad. Ahora tomemos otro país: Puerto Rico. Puerto Rico abrió su economía a las corporaciones norteamericanas. Se confió a las corporaciones para crecer y ahora tiene todavía mucha pobreza y un índice altísimo de desempleo, es totalmente dependiente de las corporaciones extranjeras. Y además está perdiendo su cultura y está perdiendo su identidad.

¿Las corporaciones multinacionales ejercen una nueva forma de colonialismo?

RN Cuando las corporaciones multinacionales entran a un país, a un país subdesarrollado, su primer paso es influir en el gobierno y convertirlo en aliado de la corporación multinacional en contra del pueblo, en contra de la nación. El segundo paso consiste en que el país se haga totalmente dependiente de las corporaciones multinacionales. Y el tercero es hacer que la economía esté dirigida hacia el desarrollo intensivo del capital, no hacia la creación de un buen número de empleos. Por último se puede observar que las decisiones se toman en Tokio, Nueva York o Londres, afectando inevitablemente a la nación y su futuro.

¿En qué medida la prosperidad de Estados Unidos está basada en las corporaciones multinacionales?

RN Yo creo que, históricamente, la prosperidad de Norteamérica está basada en las libertades constitucionales que tenemos. Está basada en las pequeñas granjas que hemos desarrollado, las cuales en conjunto constituyen la agricultura más productiva del mundo. Está basada en los recursos naturales sumamente ricos y está basada en una corriente continua de mano de obra a través de la inmigración. Las corporaciones multinacionales son relativamente recientes y no han hecho bien dentro de Estados Unidos; tampoco han hecho bien fuera de Estados Unidos.

(Raúl Cremoux)

Carta a un padre para no enviarse nunca

Papá:

Desde que era pequeña, tú y mamá, tíos y abuelos, me enseñaron que una niña educada debía decir gracias, el sonidito que sale de una cajita que se llama gratitud y que todos llevamos dentro en el archivo de los sentimientos.

Yo debía dar las gracias por la muñeca y el pastel de cumpleaños, aunque no me gustara jugar a las muñecas y me empalagara el pastel hasta provocarme náuseas; aunque yo tuviera que fingir como toda niña buena, y aunque empezara a desarrollar el hábito de ser quien no era porque eso era parte de la buena educación.

Darle sentido al verbo agradecer fue toda una experiencia que casi ahoga una larga etapa de mi niñez. Agradecer y desagradecer. Tú y mamá me calificaron: desagradecida. Y yo me sentí culpable y empecé a buscar formas de agradecer: 10 en historia, 10 en geografía, me aprendí de memoria "Mamá, soy Paquito" y también a bailar el jarabe tapatío, a escribir versos cursis al padre en "su día" y dibujos mal coloreados para que tú te sintieras orgulloso de mí cuando los tíos me felicitaran.

Había tanto qué agradecer; tú dabas el dinero y ella la comida que transformaba con tu dinero.

Quise llegar a tener mucho dinero para pagar tantas deudas acumuladas en años de escuela-gasto, de ropa-gasto, de juguetes-gasto, de enfermedades-gasto, de desayuno, comida y cena-gasto.

Me diste tanto, me culpé tanto, que cuando te fuiste y dejaste de darme y yo de deberte, ¡te lo agradecí tanto!

Hace varios años que no te veo pero sé de ti y te recuerdo en cada comercial que casi con tu misma voz me habla de aprovechar la oportunidad única en el año de portarme bien y agradecerte el próximo día del padre el haber sido un día mi padre.

¿Qué día? ¿Cuando me engendraste, o cuando mamá me dio a luz y tú pagaste la cuenta del hospital? ¿O quizá cuando jugaste conmigo a las damas chinas? ¿Cuándo jugaste conmigo? No lo recuerdo y creo que se nos olvidó algo más: el afecto. El afecto de ti para mí y de mí para... bueno, pero ¿qué fue primero, el huevo o el gallo? Porque yo soy el huevo.

¡Qué horror! Acabo de leer lo que llevo escrito y me doy cuenta de que no voy a mandarte nunca esta carta. Recuerdo el 4° mandamiento: HONRARAS A TU PADRE Y MADRE. Lo dice la Biblia y lo repiten los patrocinadores de la tele; ambos forman conciencia y a mí me duele la conciencia. He cometido una nueva falta y quiero repararla. En lugar de este papel, te enviaré una loción y una corbata y una camisa el próximo día del padre para que luzcas muy elegante y tus hijos te respeten y nunca se atrevan a escribir lo que yo ahora, aunque lo piensen. Me pregunto ¿por qué te ataco tanto? Tal vez porque quería quererte tanto y tú no quisiste que te quisiera. O tal vez sí sentías a tu hija querida pero no supiste cómo expresarlo... tal vez. Ojalá, por favor, que así sea, porque necesito creer en ti, papá. Porque te amo y quiero creer que me amas, sin deudas... sin gratificaciones y sin más palabras...

Un beso de tu hija.

Más sobre la carne de pollo pág. 20/21

Popeye el Marino vs Mimoso Ratón pág. 28.

Hugo Sánchez: ¿Golea como consume? pág. 27

La PFC entrega nombramientos a 134 Comités de Consumidores pág. 29

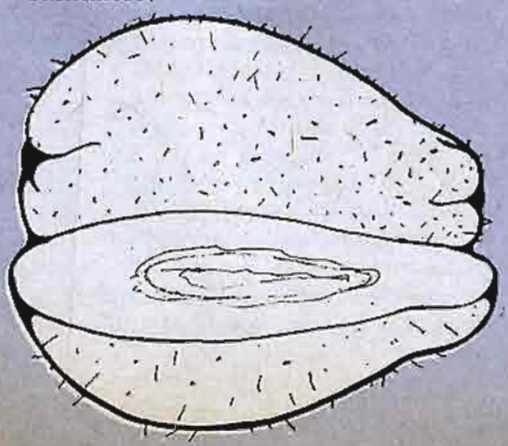
Coordinación: Norma Sinay
Información: Elvia Isela Ochoa

CONSUMA: NO RESTE

ALIMENTOS

Chayote: sabroso y versátil

Una verdura económica y accesible siempre es el chayote, que en México se produce todo el año y cuyo precio es de alrededor de 10 pesos por kilogramo. Por su alto contenido de agua es refrescante y por poseer una buena proporción de celulosa ayuda a la limpieza de los intestinos, resultando por ello muy saludable.



Es además un alimento muy versátil, pues puede prepararse de infinidad de maneras: rellenos de picadillo, capeados, en ensalada a la vinagreta, o simplemente cocidos y revueltos con huevo, entre otras.

Una forma nutritiva y barata de comerlos es al horno, con queso y mantequilla, que añaden calcio y proteínas al guiso.

CHAYOTES AL HORNO:
Ingredientes:

1 kg. de chayotes chicos	$ 9.90
2 cucharadas de mantequilla	2.50
2 cucharadas de cebolla picada	1.10
100 gr. de queso chihuahua	18.40
	$ 31.90

Preparación: Se ponen a cocer los chayotes con una cucharadita de sal y una de azúcar, evitando que se pasen de cocidos. Se dejan enfriar y se cortan por la mitad a lo largo. Se les saca la pulpa cuidando de no romper la cáscara. La pulpa se limpia de semillas y de hilos y se machaca con un tenedor. Aparte, en la mantequilla se fríe la cebolla hasta que acitrone y se le agrega la pulpa con un tercio del queso. Se deja unos minutos hasta que quede como pasta y se le agrega sal y pimienta al gusto. Con esa mezcla se rellenan los chayotes y se espolvorean con el resto del queso, rallado. Se colocan en un refractario engrasado con mantequilla y se meten al horno precalentado hasta que el queso se derrita.

CARNES

Más sobre el pollo

Ya en el número 48 de **Revista del Consumidor** señalábamos que no obstante su bajo consumo en México, el pollo reúne cualidades que lo hacen tan apreciable como cualquier otra carne.

Queremos ahora abundar en algunas de esas características, además de dar algunas sugerencias que permitirán aprovecharlo mejor.

• Por ser una carne blanca por excelencia, su ingestión no produce ácido úrico, constituyendo un alimento recomendable para ancianos, niños y enfermos de reumatismo, artritis y gota.

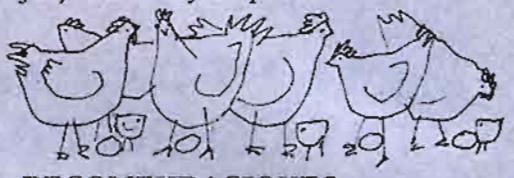
• Su escasa presencia de grasas la hace extraordinariamente digerible, con la misma rapidez que si se tratara de alimentos ligeros como espinacas o piña.

• El tiempo requerido para su digestión es de tres horas y media, mientras las carnes de res y ternera necesitan cuatro horas y la de puerco cuatro horas y media.

• Contiene similar cantidad de nutrientes que otras carnes.

• En cuanto a su aprovechamiento, hay que tomar en cuenta que el pollo contiene aproximadamente 44 por ciento de hueso y 56 por ciento de carne, y dado que los huesos de pollo no son comestibles, resulta más caro en comparación con la carne de res maciza.

• Su costo por kilogramo varía, dependiendo de las diferentes partes que se comercializan en el mercado. El kilo de pollo entero cuesta entre 50 y 75 pesos; el de pechuga entre 90 y 100; el de pierna y muslo entre 80 y 90, el de rabadilla, alón o huacal, entre 35 y 45 y el de menudencias (tales como hígado y mollejas) entre 40 y 50 pesos.



RECOMENDACIONES:

• Cuando se va a prepara pollo frito o empanizado no es necesario hervirlo previamente, dado que su carne es de por sí blanda. Por el contrario, el hervirlo en estos casos le haría perder algunos de sus nutrientes.

• Es muy recomendable cocinarlo en su propio jugo, pues de esta manera los minerales y proteínas que contiene no se pierden y su asimilación es mejor.

• Para cocinar un sabroso y alimenticio consomé de pollo, es conveniente utilizar vísceras, patas, huacales y rabadillas. Posteriormente pueden aprovecharse

ACLARACION

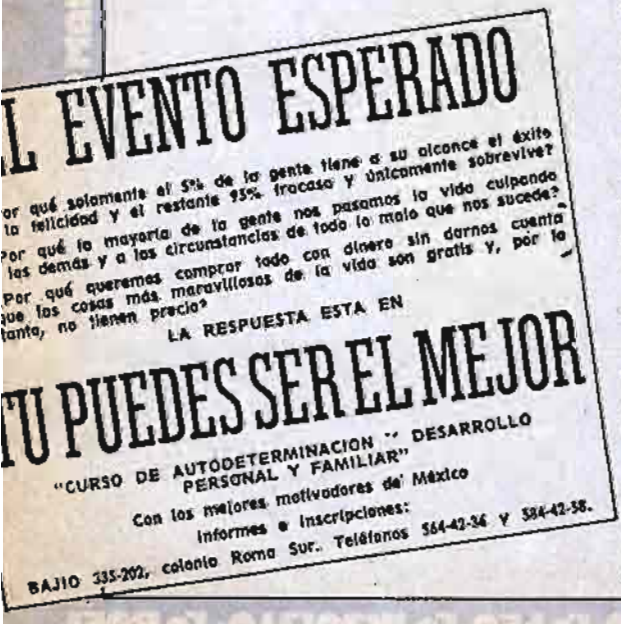
Por un lamentable error, en el número 51 de nuestra revista desaparecieron dos textos. El primero de ellos corresponde a la página 20 y debería decir (en la parte superior de la tercera columna): (sujé) **telas con cordones. En medio ponga uno o dos cojines de la misma tela. Tendrá un sillón individual muy útil.**

(Agradecemos la valiosa colaboración de Sergio Juárez M., director y diseñador de la Casa Diseño + Fotografía, por sus ideas y dibujos)

[Patricia Segura]

El segundo corresponde al título de la primera columna en la página 23. Bajo el genérico CARNES, debería aparecer el título: **Las virtudes del cerdo.**

LO BUENO · LO FEO · LO INSOLITO · LO MALO · LO BUENO · LO FEO · LO INSOLITO · LO MALO



Un recuadro publicitario en el diario Excélsior nos llamó la atención. "El evento esperado", anuncia con letras grandes, y párrafos más abajo indica. "¿Por qué queremos comprar todo con dinero sin darnos cuenta que las cosas más maravillosas de la vida son gratis y, por lo tanto, no tienen precio?"

Intrigados, quisimos averiguar quién se había hecho eco de las tesis expresadas reiteradamente por nuestra revista sobre aquello de que "lo mejor de la vida es gratis".

La decepción no pudo ser mayor, pues el "evento esperado" se refería, ni más ni menos, a un "maratón motivacional" consistente en pláticas y películas, que, según nos explicaron en las oficinas de la empresa organizadora (Zavala y Asociados), serviría para demostrar que **"uno puede ser el mejor en cualquier actividad que se esté desarrollando".**

Independientemente de la validez o efectividad que este tipo de eventos pueda tener, lo que de plano nos causó desagrado fue que el mencionado curso, con duración de cinco horas, tenía un precio de 1 200 pesos por persona.

¿En qué quedamos, señores organizadores? ¿Las cosas más maravillosas de la vida son gratis o nos cuestan 1 200 pesos?

las vísceras para hacer un puré, cuya receta indicamos al final de este artículo.

• Lo mejor es cocinar el pollo en casa, puesto que adquirirlo rostizado o frito resulta caro.

• **Cuando acuda a comprarlo, rechace los que sean de textura muy blanda, que no tengan el olor característico o que posean aroma extraño. Evite asimismo los de color demasiado amarillo.**

• Cuando lo compre entero, utilícelo completo: todas sus piezas son nutritivas.

• **El pollo congelado pierde sabor y textura, por lo que es mejor comprarlo fresco.**

• Sin embargo, si necesita conservarlo por algún tiempo, guárdelo y congélelo en bolsas de polietileno.

• **Cuando lo descongele, hágalo paulatinamente, nunca en agua caliente ni fría, porque se reduciría su valor nutritivo.**

• El pollo es un alimento que se echa a perder fácilmente. Se puede conservar en buenas condiciones en el refrigerador alrededor de **tres días** como máximo.

• **Los consomés también tienden a descomponerse con rapidez. Consúmalos a la mayor brevedad posible.**

TRES RECETAS

Puré de vísceras de pollo. Ingredientes: 1/2 kilo de papas amarillas, 1/2 taza de leche, 6 hígados con corazones de pollo, 6 mollejas, cebolla, pimienta y sal al gusto. **Preparación:** Se hierven las mollejas con cebolla. Cuando están casi cocidas (blandas) se agregan los hígados y corazones, hasta su perfecto cocimiento. Aparte, se hierven las papas hasta que revienten y se preparan en forma de puré, al que se le agrega leche, pimienta y sal. Las vísceras ya cocidas se pican finamente y se incorporan al puré. Puede utilizarse como relleno de aves o carnes rojas.

Pollo a la acapulqueña. Ingredientes: 1 pollo mediano (de 1 kg. aproximadamente), 1 cebolla mediana, 2 jitomates maduros, 1 diente de ajo, pimienta gorda, chiles serranos en rajas y sal al gusto. **Preparación:** En un recipiente caliente, sin grasa, se pone a sazonar el pollo con sal. Cuando empieza a dorarse con su propia grasa se agrega la cebolla, el ajo y la pimienta, todo molido. Se baja el fuego y se agregan las rajas. Se tapa el recipiente y se deja hasta que el pollo se ablande.

Pollo tlalpeño. Ingredientes: 1 pollo mediano, 1 taza de garbanzo remojado con anticipación, 2 zanahorias partidas, 1 cebolla, 4 dientes de ajo, 1 rama de epazote, 2 chipotles secos, 1 cucharada de sal, 2 aguacates pelados y rebanados. **Preparación:** Se pone a cocer el pollo en agua, junto con el garbanzo, las zanahorias, la cebolla, los ajos, el epazote y la sal. Cuando ya está cocido, se agregan los chipotles, sin semillas, y se deja unos minutos más en el fuego. Se sirve como consomé, con rebanadas de aguacate.

Berta Trejo
(Información: Departamento de Bioquímica, INCO)

SEGUNDA MANO

Sirve igual y es más barato

Está próximo el día del padre y si usted, además de afecto, decide regalar algo material, le recomendamos acudir a los tianguis ubicados entre las calles de Dr. Vértiz, Niño Perdido, Avenida Central y Dr. Márquez, en la popular colonia Buenos Aires.

Allí todos los domingos, entre las 8 y las 17 horas, se colocan multitud de puestos donde se venden, a precios muy bajos, desde herramientas sencillas, hasta artículos de lujo para automóvil, pasando por colecciones de timbres y monedas, accesorios para cámaras fotográficas y muchas otras cosas.

Aunque la mayoría de estos artículos son usados, se pueden conseguir muchos en excelente estado. Hay también otros (en el caso de herramientas y accesorios) que con una ligera "manita de gato" quedan como nuevos.

Los precios de verdad son económicos. Una manija para elevar los cristales de un Volkswagen que en cualquier tienda está arriba de los 40 pesos, se consigue en el tianguis de la Buenos Aires a mitad de precio. Un adaptador de volante para Ford Fairmont que en la agencia cuesta alrededor de mil pesos se adquiere allí por 300.

También hay a la venta gran variedad de casettes, grabados y sin grabar, a precios de 20 y 30 pesos, cuando en los grandes almacenes llegan a costar hasta 200 o 300 pesos.

La diversidad de cosas que allí se consigue es enorme. Un joven y asiduo visitante del lugar nos comentó que hace algún tiempo, antes del actúal furor por los patines, logró hacerse de un par de ellos comprando varias piezas sueltas en diferentes puestos, gastando únicamente 20 pesos en ello.

El solo recorrido por este tianguis es un pasatiempo interesante e incluso puede servir para encontrar las partes necesarias de algún aparato que haya quedado fuera de uso.

Unas recomendaciones finales: si busca alguna pieza o accesorio en especial, lleve los datos exactos, revise perfectamente los artículos que vaya a comprar y si tiene dudas, consulte con el vendedor si será posible cambiarlo en caso de que no sea el indicado y, sobre todo, no compre por comprar, aunque la tentación sea grande.

BEBES

Higiene a bajo costo

Dentro de los cuidados que deben darse a un bebé, es muy importante la esterilización de biberones y to-

dos los utensilios que son usados para su alimentación.

Pero resulta que, sin excepción, todos los esterilizadores que para ese efecto se venden en el mercado tienen precios inaccesibles para muchos bolsillos.

Por fortuna no es indispensable comprar uno de esos aparatos pues una simple olla de cocina puede cumplir las mismas funciones, con igual éxito. Sólo se requiere que posea una tapa, pues la esterilización funciona gracias a la vaporización a que son sometidos los utensilios por espacio de unos 20 minutos.

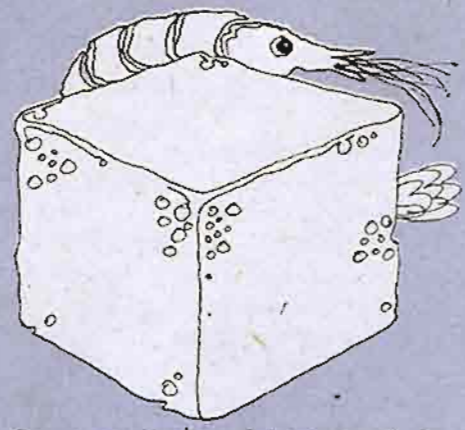
Si en su cocina cuenta ya con una del tamaño necesario para que quepan bien los biberones, no necesita gastar ni un centavo. Y si no la tiene, puede adquirir una de peltre, cuyo valor es de 200 pesos aproximadamente, o una de aluminio, que se llega a conseguir por 260 pesos. Implicará un gasto, pero mucho menor que si se comprara uno de los esterilizadores de marca conocida, que llegan a costar cerca de 700 pesos.

¿Hasta cuándo tendremos que seguir soportando estas arbitrariedades?

Ahora se trata de las tiendas Aurrerá, donde el frasco de nescafé de 200 gramos se vende en 59.90 pesos, cuando en el mismo envase se observa claramente una inscripción que señala el precio máximo al público en 51.90 pesos. ¡Ocho pesos de aumento! Nuestra indignación es tan grande como su insaciabilidad.

ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

¿Dónde está el camarón?



Como en el caso del consomé de pollo industrializado, que muy poco tiene de pollo, el recién lanzado al mercado **Caldo de Camarón de Knorr Suiza** es muchas cosas antes que verdadero caldo de camarón.

Los propios fabricantes señalan en la etiqueta que la sal y la grasa vegetal son los ingredientes principales. Y en cuanto al camarón, lo contiene sólo en forma de harina. El resto de los ingredientes son los mismos que los del caldo de pollo de la misma marca: proteína vegetal, colorantes y glucamato monosódico, excitante de las papilas gustativas que puede provocar —con su ingestión frecuente— una malformación del gusto.

Y no es la poca autenticidad de este producto el único inconveniente. En pruebas hechas con consumidores, El Knorr caldo de camarón preparado como indican las instrucciones del envase no pudo ser distinguido del caldo de pollo. Hubo que agregarle más cucharadas de las indicadas para que, por lo menos, tuviera un "ligero sabor a marisco, pero sobre todo a chile piquín con sal".

Y para pagar a 5.50 pesos el litro (según los fabricantes, el frasco de 61.50 pesos rinde para 11 litros) por un caldo que casi no tiene camarón, ni sabe a camarón, como que no vale la pena.

Si se quiere tomar caldo de camarón, lo mejor sigue siendo comprar camarón seco y hervirlo con algunas especias. Se obtendrá así un caldo auténtico, que proporciona una buena cantidad de proteínas, calcio y vitamina B. Y sobre todo, no se corre el riesgo de tomar sustancias dañinas para la salud.

TIEMPO LIBRE

Casa del Lago

Cursos, conferencias, conciertos, películas y otras actividades educativas y de entretenimiento ofrece la Casa del Lago, dependiente de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Ubicada en el viejo bosque de Chapultepec, precisamente a un lado del lago y cerca del zoológico, este centro cultural ofrece actividades para todos los miembros de la familia.

Para los niños hay clases de danza, pintura, teatro e iniciación a la música, en cursos trimestrales con una cuota única de 300 pesos por cada uno. El único requisito es llevar una fotografía y las ganas de aprender.

Entre los espectáculos para los pequeños están las funciones de cine infantil sábados y domingos a las 11 y 13 horas.

Y a las 10 horas, la tradicional función de teatro guiñol en el foro abierto.

Para los mayores hay también cursos similares a los que se imparten a los pequeños, además de taller de redacción, poesía y ensayo.

Asimismo se programan, durante todo el año, ciclos de cine, teatro y conferencias de todo tipo.

Los domingos por la mañana, la Casa del Lago es un lugar cuyos eventos satisfacen todos los gustos: cine, conferencias que abordan temas desde literatura hasta problemas sociales, culturales o económicos; exposiciones de arte en los salones inferiores, música y teatro en su foro abierto, encuentros de ajedrez, venta de libros y discos.

Y lo mejor es que la mayoría de estos eventos tiene entrada libre y los demás tienen precios muy accesibles. Por ejemplo, las funciones de cine cuestan entre 10 y 40 pesos. Además, estudiantes y maestros con credencial tienen el 50 por ciento de descuento.

Para saber con exactitud dónde se presenta la película, la obra de teatro o la conferencia que le interesa, puede acudir a las oficinas centrales donde le proporcionarán la información que requiere, de 9 a 15 horas y de 16 a 17.30 horas. El teléfono es 5 53 63 62. También puede consultar la programación en los desplegados que sobre sus actividades publica la UNAM en varios periódicos capitalinos.

REFRIGERADOR

Adios a los malos olores

Muchas veces hemos recomendado, en esta misma sección, no tirar los sobrantes de comida que puedan ser aprovechados en sabrósos platillos. Pero sucede con frecuencia que al guardar estos sobrantes de guisos en el refrigerador, llegan a impregnar otros alimentos con su olor.

Para evitar esto y las desagradables emanaciones cada vez que se abre la puerta del refrigerador, hay varios sencillos trucos. Uno de ellos es colocar un trozo de carbón de unos 15 centímetros de largo en un recipiente destapado en el interior del frigorífico.

Otro recurso consiste en colocar, en algún rincón del refrigerador, un paquetito de bicarbonato de sodio.

Tanto el carbón como el bicarbonato absorben los olores, son económicos y se consiguen con facilidad. La efectividad es mayor si se cambian cada mes.

HAGALO USTED

Pan casero

Hacer pan en casa no es difícil y significa un buen ahorro. Se requieren muy pocos utensilios y la ayuda de un horno.

Los **ingredientes** básicos para elaborarlo son:

- Harina de maíz o de trigo
- Levadura, polvo de hornear o bicarbonato. Para que la harina levante y el pan quede esponjoso.
- Agua o leche, cuya función es hacer que la levadura y la harina se junten y den buen resultado. De preferencia se usa leche, que puede ser de cualquier tipo, menos condensada, porque tiene mucha azúcar.
- Grasa animal o vegetal. Hace que el pan se esponje más parejo y dure más tiempo tierno. Puede ser manteca, mantequilla o aceite vegetal.
- Huevos, sal en cantidad moderada, azúcar, miel o piloncillo.
- En cuanto a los utensilios, se necesita una mesa, un comal, un trapo, una charola de horno (o una lámina), una pala o cuchara larga de madera, una taza, una cuchara y una coladera.

Antes de pasar a las recetas, hay ciertos secretos que hay que saber sobre el pan casero, y son los que siguen.

Al hacer pan es fundamental amasarlo bien. Así, la levadura se reparte en toda la masa y hace que el pan se esponje parejo.

La levadura que esponja el pan no es cosa de magia sino de una pequeña planta que hay que cuidar muy bien. Si le pone cosas muy frías no pasa nada, pero si son muy calientes se muere y hace que la masa no crezca.

Para saber si la levadura en polvo que va a usar está buena, ponga una poca en dos o tres cucharadas de agua tibia con una pizca de azúcar. Revuélvala y déjela unos 10 minutos en un lugar tibio. Si hace burbujas o rueditas en el agua es que está buena. Si no hace efecto es que ya se pasó y no tiene fuerza para levantar. En este caso lo mejor es tirarla, porque si la usa va a desperdiciar su masa.

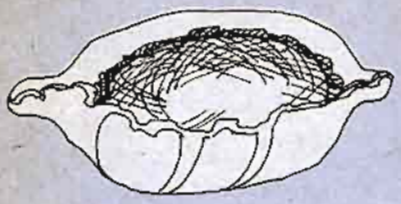
Los ingredientes secos (harina, sal, azúcar, polvos de hornear) se deben mezclar bien antes de revolverlos con los líquidos (agua, leche o huevo).

Tenga en cuenta que ...

- Se apelmaza cuando se usa harina vieja o se pone demasiada sal.
- No sube si se le ha puesto mucha sal, si se mete al horno cuando está todavía frío o si se abre el horno cuando el pan está adentro.
- Sabe mucho a levadura cuando se le puso más de la cuenta, cuando no se preparó bien antes de mezclarla con la harina o cuando la levadura tiene mucha azúcar.

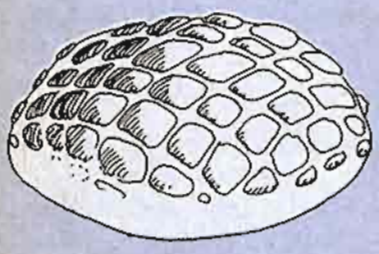
- Si el pan sale con hoyos puede ser que se le haya puesto mucha levadura o que no se amasó bien.

4 Recetas



Pan de leche

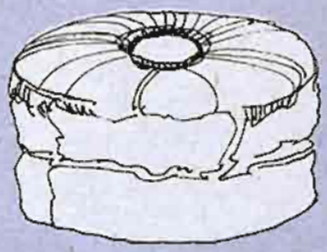
Ingredientes: 4 tazas de harina, 1 cucharada de sal, 3 cucharadas de levadura fresca o 2 sobres de levadura en polvo, 1 1/2 taza de leche tibia, 1 cucharada de azúcar, 1/4 de taza de margarina y 1 huevo. **Preparación:** Disuelva el azúcar en la leche tibia y desbarate la levadura en esa sustancia. Agregue una taza de harina y tápela con un trapo. Déjela en un lugar tibio durante 20 minutos hasta que haga burbujas. Vacíela en un traste grande y agregue la harina restante con la cucharada de sal. Póngale la margarina y luego el huevo batido. Amase bien unos 10 minutos hasta que se forme una pasta suave que se despegue sola de la cazuela. Si la masa está seca, póngale 2 cucharadas más de leche tibia o agua. Si está pegajosa puede ponerle un poco de harina. Deje la masa en un traste engrasado reposando durante 1 hora o el tiempo que haga falta para que levante el doble de su tamaño. Enharine la mesa y amase de nuevo unos 2 minutos. Haga bolillitos o bollitos. Póngalos en la charola de horno ya engrasada, cúbralos y déjelos levantar. Unteles un poco de huevo batido con leche y encima azúcar. Métalos al horno ya calentado a 350 grados. Sáquelos cuando suenen a hueco o estén doraditos.



Conchas

Ingredientes: 1/2 kilo de harina, 75 gramos de mantequilla, 125 gramos de azúcar, 5 huevos, 2 yemas, 75 gramos de manteca, 15 gramos de levadura comprimida y 1/4 de cucharadita de sal. **Preparación:** en 8 cucharadas de agua tibia desbarate la levadura y váyale poniendo un poco de harina hasta que pueda formar una masa. Haga una bola y déjela reposar en un lugar tibio hasta que crezca el doble. Con la harina que queda, cierna la sal y póngale azúcar. Mezcle también los huevos y la manteca, revolviendo bien. Luego agregue la levadura ya lista mezclando bien y amasando hasta que se hagan ampollas a la pasta. En un traste engrasado ponga la masa y úntele manteca encima. Cúbrala con una servilleta y déjela en un lugar tibio durante 6 o más horas, para que doble su tamaño. Transcurrido este tiempo amase un poco durante uno o dos minutos. Haga bolitas de masa y colóquelas en una charola engrasada. Aplánelas un poco y póngales encima pasta de adorno, procurando que cubra bien. Con un cuchillo dele forma al decorado. Déjelas reposar de nuevo hasta que estén el doble de grandes y métalas al horno caliente a 200 grados.

Para hacer la pasta de adorno se necesitan: 100 gramos de manteca, 100 gramos de harina y 80 gramos de azúcar. Los tres ingredientes se mezclan sólo con la punta de los dedos, sin amasar.



Bisquetes

Ingredientes: 2 tazas de harina, 4 cucharaditas de polvo de hornear, 1/2 cucharadita de sal, 4 cucharadas de grasa y 1 taza de leche. **Preparación:** Cierna la harina, pasándola por una coladera o cernidor, junto con el polvo y la sal. Con la punta de los dedos o con un tenedor, revuelva la manteca o grasa cortada en pedacitos. Mezcle despacio la leche para que se junte todo bien. Sobre una lámina engrasada, ponga pedazos grandes de masa, dejando distancia entre unos y otros para que al crecer no se junten. Se meten al horno de 12 a 15 minutos a una temperatura de 425 grados.

Rollos de canela

Ingredientes: Los mismos que para los bisquetes, agregando una taza más de harina. **Preparación:** La masa se hace de la misma forma que en la receta anterior. Posteriormente se extiende con el rodillo en una mesa enharinada y se deja con un espesor similar al del dedo meñique. Por encima de la masa se unta mantequilla o margarina derretida y se le espolvorea el relleno. Se enrolla. Con un cuchillo filoso se recorta en rebanadas, poniéndolas sobre una lámina engrasada. Se hornean a 425 grados durante 15 minutos.

El relleno se hace mezclando 1/2 taza de azúcar, 2 cucharaditas de canela en polvo y, si tiene, 1/2 taza de pasitas.

(De la colección "Como hacer mejor" editada por la Secretaría de Educación Pública).

CONSUMA CON MESURA

PERIODICO

No sólo es para leerse

Si entre sus aficiones no está la de coleccionar periódicos, es probable que con el tiempo se vayan acumulando en su casa, hasta convertirse en un verdadero estorbo.

Cuando esto suceda, no es necesario que los tire a la basura o que los malbarate. Además de la información que le proporciona, el periódico puede tener otros usos. Aquí le damos algunas sugerencias.

- Uselo para recubrir las gavetas de los muebles de cocina. Absorbe la grasa y el agua y, por lo económico, lo puede cambiar con frecuencia.
- Para los niños pequeños, el recortar figuras de papel periódico puede ser un divertido entretenimiento.

Escuche "LO QUE SEA DE CADA QUIEN", por XEB, de lunes a viernes de 8:45 a 9 hrs.

- Es útil como forro para libros y cuadernos. Para que queden mejor, pueden cubrirse después con un plástico.
- Puede hacerse con él una original cubierta para puertas de estudio o cuarto de los niños, pegándolo con cola y barnizándolo después.
- Si usted gusta de los trabajos manuales, recuerde que el periódico es materia prima para hacer figuras de papel maché.
- No hay que olvidar que el periódico es lo más eficaz para la limpieza de cristales y ventanas.

Y si después de aprovecharlo al máximo le sigue sobrando periódico, lo mejor es acudir a las casas donde lo compran por kilo; hay algunas que incluso acuden a recogerlo a su propio hogar.

PROHIBIDO TIRAR

Trapos nuevos con ropa vieja

Las pijamas y batas de franela que ya no se usan por estar demasiado gastadas o rotas pueden servir para confeccionar útiles trapos para limpiar, sacudir o pulir la casa o el automóvil.

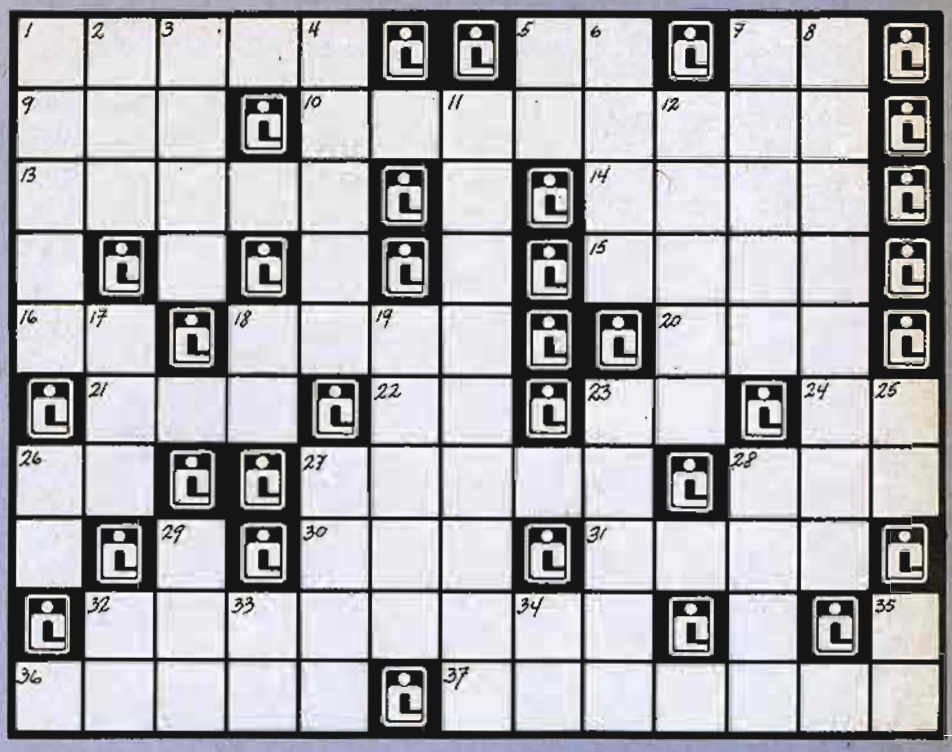
Sólo tiene que cortarlos al tamaño que prefiera y hacerles un pequeño dobladillo para evitar que se deshilachen. Y si quiere que luzcan mejor, puede añadirles algún adorno alrededor.

Resultan muy útiles pues no despintan y son muy absorbentes, además de que significan un buen ahorro, pues mientras estos trapos salen prácticamente gratis, una pequeña franela adquirida en la tienda cuesta 17 pesos y un trapo de cocina llega a costar hasta 80 pesos.

Con el mismo fin pueden utilizarse también las camisetas de algodón viejas, o los pañales de franela y bombasí que han dejado de servir al pequeño de la casa.

LAS CRUZADAS DEL CONSUMIDOR

MAURICIUS



VERTICALES

1) **(Feria Internacional del)**: se efectuó en abril pasado en el D.F. (al margen de este evento, todo el año es apto para entrarle a la buena lectura). 2) Fruto de la vid. 3) Sustancia que sobrenada en la leche en reposo (A propósito: probó la nutritiva y económica **nutrileche Alianza**?) 4) Artículo 30 y...; en letras, el de la **Ley Federal de Protección al Consumidor** que se refiere a las Ventas a domicilio. 5) Confianza, creencia. 6) Aguardiente amisado. 7) Aparato de ruedas; sirve para deslizarse (Ojo! Tiene sus riesgos—léase accidentes— si no se toman precauciones).8) Dinero prestado, empréstito (En el de tipo bancario, haga números; le cobran hasta el aire...). 11) (Teléfono 568-87...) en letras; número que completa el del **Servicio de precios por teléfono**; apúntelo y recurra a él; conviecene) 12) Artificio, artimaña (No se deje sorprender; reaccione al primer intento). 17) Cólera, enojo (...y la denuncia respectiva, cuando se trate de un abuso).18) Nota musical. 19) Mes del año (el de la Semana Santa; ya se repuso?; o está resolviendo este crucigrama en la cola del Monte de Piedad?) 23) Hoja que sirve para escribir, envolver, imprimir, etc. 25) Punto único de una de las caras del dado. 26) Afirmación. 27) Conjunto de medidas gubernamentales tomadas para dirigir la actividad económica (A nivel casero, actúe igual para organizar la economía familiar). 28) Exponer al fuego un manjar crudo para que se torne comestible. 29) Me desplomé, rodé (No habrá sido por usar el artefacto de la N° 7 Vertical?) 32) Símbolo del plutonio. 33) Nombre de letra (Con ella comienza la siempre sorprendente palabra **precios**). 34) Interjección. 35) Negación.

HORIZONTALES

1) **(San)**; segundo día de la semana (Habitual jornada no laborable para muchos; daña la salud y el bolsillo de todos ellos y la economía del país).5) Nota musical. 7) Famosa novela de Juan Rulfo. Inic. del título, la del protagonista. 9) Que no se lo cobren indebidamente: Inic. **Impuesto al Valor Agregado.** 10) Idear, imaginar (Benéfico verbo para los niños; en el rubro ' uetes, por ejemplo). 13) Golpee la pelota ' el béisbol (Otra cuestión positiva, para niños y grandes: el deporte). 14) Retirarte, alejarte. 15) Año 1960 y ...; en letras, el de la creación del **Congreso del Trabajo.** 16) Escuché. 18) Apellido actor americano fallecido; protagonizó **Rebelde sin causa.** 20) Abrev. de trinitrotolueno. 21) Acusado, culpado. 22) Iniciales autor de EEUU; vivió en México y escribió **El tesoro de la Sierra Madre.** 23) Abreviatura de papá. 24) Insistimos, hasta que no quede ni un adicto: Inic. de **Alcohólicos Anónimos.** 26) Inic. de Sociedad Anónima. 27) Prontitud, rapidez (No ponerla en práctica al efectuar compras; resulta malo y caro). 28) Iniciales enloquecidas de **Sistema Alimentario Mexicano:** 2a., 3a. y 1a. de sus letras. 30) Combate, pelea. 31) Cuesta un solo... (y sirve para ahorrar muchos: **Periódico del Consumidor,** en cualquier CONASUPO).32) Cometa (Pruebe hacerlo en casa; mayor satisfacción y menos gasto).36) **Lo que sea de cada...**; espacio radial del INCO, conveniente de escuchar por la XEB. 37) Cantidad de dinero que se percibe en pago de trabajo o servicio (Cuesta sangre; sudor y lágrimas, diría el viejo Churchill; no lo malgaste!).

SOLUCIOS EN LA PAG. 30

VIVIENDA

Créditos para comprar o construir

El Programa Financiero de Vivienda, establecido en 1963, utiliza parte de los ahorros del público captados por las instituciones de crédito y complementados con otros recursos gubernamentales para proporcionar préstamos para la adquisición y construcción de viviendas destinadas a los sectores de población de ingresos reducidos, sin que los pagos resulten onerosos al presupuesto familiar.

Se contemplan varias clases de vivienda: la llamada de interés social (VIS) tipo A y B, para atender a acreditados de bajos y medianos ingresos, respectivamente,y la de interés social para acreditados de ingresos mínimos (VAIM).

Para ser beneficiadas con los créditos, las personas deben reunir los siguientes requisitos: tener capacidad legal para obligarse, ser jefes de familia, habitar permanentemente en la vivienda, no ser propietarios de otra casa habitación (ni el adquirente ni su cónyuge), tener capacidad de pago para integrar el enganche, cubrir los pagos mensuales y no tener un ingreso mensual superior a los señalados para cada tipo de vivienda (incluido su ingreso y el de su cónyuge).

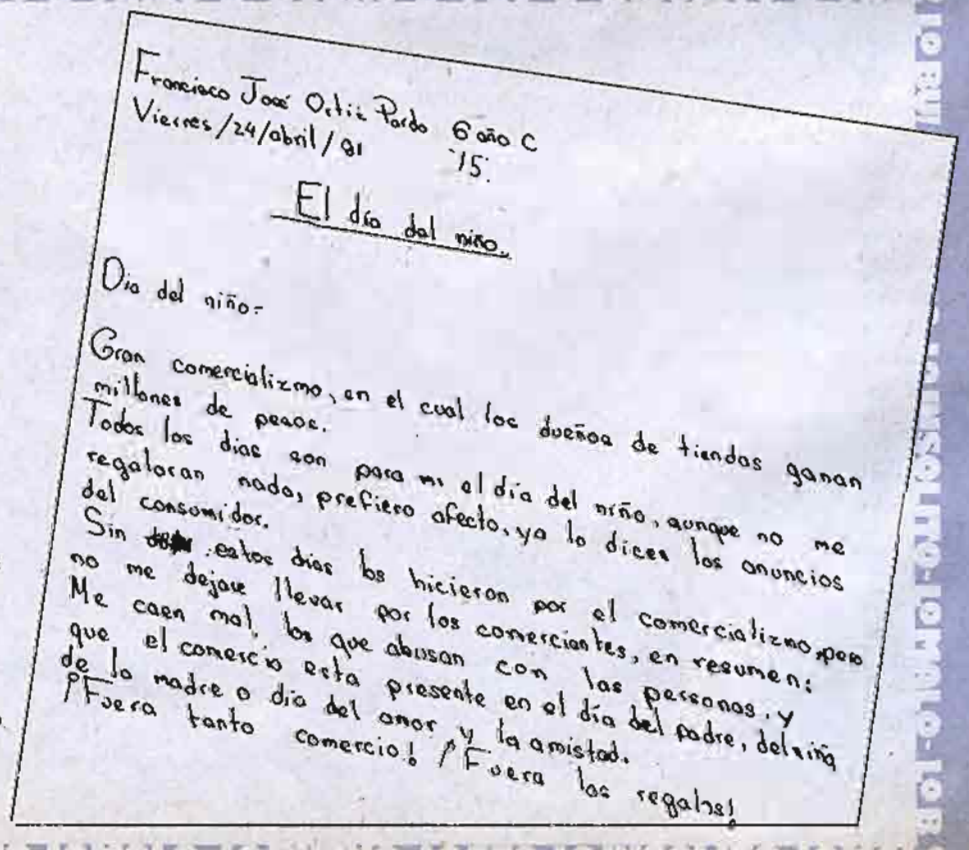
Cada tres meses, los valores de las viviendas y los montos de los ingresos máximos se van modificando. Los vigentes hasta el 31 de julio de 1981 se señalan en el cuadro anexo.

	Zona	Valores de la vivienda	Ingreso mensual de los sujetos de crédito
		No superior a:	No superior a:
I	Comprende los Estados de Aguascalientes, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Colima, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tlaxcala, Yucatán, Zacatecas.	VAIM $ 276,000.00 VISA 414,000.00 VISB 667,000.00	$ 12,900.00 23,500.00 45,300.00
II	Comprende el Distrito Federal, los Estados de México, Morelos, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Veracruz y las zonas metropolitanas de las ciudades de Acapulco, Gro., Guadalajara, Jal., Monterrey, N.L., Puebla, Pue., Querétaro, Qro., y las zonas urbanas de Ciudad Lázaro Cárdenas, Mich; Tuxtla Gutiérrez, Chis.,Manzanillo, Col.,Puerto Vallarta, Jal.,Ciudad Sahagún y Tula, Hgo.	VAIM $ 322,000.00 VISA 606,000.00 VISB 720,000.00	$ 15,100.00 28,700.00 48,900.00
III	Comprende una faja de cien km. a lo largo de nuestras fronteras Norte y Sur (a excepción de la zona fronteriza del Estado de Baja California Norte), Isla del Carmen, Camp.,y el área metropolitana de Coatzacoalcos, Ver.,y Villahermosa, Tab.	VAIM $ 371,000.00 VISA 556,000.00 VISB 786,000.00	$ 17,400.00 31,600.00 53,400.00
IV	Comprende los Estados de Baja California Norte, Baja California Sur, la isla de Cozumel y Ciudad Cancún, Quintana Roo.	VAIM $ 417,000.00 VISA 601,000.00 VISB 855,000.00	$ 19,500.00 34,200.00 58,100.00

LO BUENO-LO FEO-LO INSOLITO-LO MALO-LO BUENO-LO FEO-LO INSOLITO-LO MALO

Saber que —a pesar del bombardeo publicitario— no todos los niños han sido víctimas del consumismo es siempre alentador. Y esta composición que con motivo del día del niño realizó Francisco Ortiz Pardo, de 11 años,es de verdad reconfortante.

En uno de los párrafos, el pequeño, estudiante del sexto año en el Colegio Madrid, señala: "Todos los días son para mí el día del niño. Aunque no me regalaran nada, prefiero afecto". Y más abajo agrega "Sin duda estos días los hicieron por el comercialismo, pero no me dejaré llevar por los comerciantes, en resumen: me caen mal los que abusan con las personas y que el comercio está presente en el día del padre, del niño, de la madre o día del amor y la amistad. ¡Fuera tanto comercio! ¡Fuera los regalos!"



Francisco José Ortiz Pardo 6 año C
Viernes/24/abril/81 15

El día del niño.

Día del niño:

Gran comercialismo, en el cual los dueños de tiendas ganan millones de pesos.
Todos los días son para mí el día del niño, aunque no me regalaran nada, prefiero afecto, ya lo dicen los anuncios del consumidor.
Sin ~~duda~~ estos días los hicieron por el comercialismo pero no me dejaré llevar por los comerciantes, en resumen: Me caen mal los que abusan con las personas, y que el comercio esta presente en el día del padre, del niño de la madre o día del amor y la amistad.
¡Fuera tanto comercio! ¡Fuera los regalos!

LO BUENO-LO FEO-LO INSOLITO-LO MALO-LO BUENO-LO FEO-LO INSOLITO-LO MALO

De 7:30 a 7:45, escuche "QUIEN ES QUIEN EN LOS PRECIOS" por 710 EXMP.

LOS FAMOSOS CONSUMEN

Hugo Sánchez

El joven y conocido goleador de los "Pumas" universitarios asegura ser un buen consumidor, "porque siempre trato de buscar los artículos más baratos, consumir únicamente lo necesario y no comprar cosas extras que no voy a utilizar o que inclusive se me van a echar a perder".

¿Se atiene a una lista previa para sus compras o se deja llevar por el impulso?
A veces acudo con una lista, pero más bien mi lista es mental, naturalmente sin precipitación o urgencia de nada. Es por ello que puedo comparar precios de una tienda a otra y ver diferentes calidades. Así, cuando se me presenta la necesidad o la oportunidad, obtengo lo mejor al mejor precio.

Entonces, nunca compra de improviso
Sí, a veces, cuando hay ofertas o promociones, pero siempre y cuando sean verdaderamente tentadoras porque me son necesarias. Precisamente he notado que la mayoría de las veces compramos las ofertas tentadoras porque son buenas, mas no porque las necesitemos o les vayamos a dar algún uso.

¿Deja para las mujeres todas las compras de la casa?
Lo que se refiere a alimentos sí, pero en cuestión de amueblado o cualquier otro aspecto, las hago yo mismo.

¿Qué compra en el extranjero?
Generalmente cosas para la casa, utensilios de todo tipo, ya que en México son raros y,si los hay, son de muy baja calidad o muy anticuados.

¿Qué opina de la publicidad?
Es una situación de la que difícilmente nos podemos salvar; casi se mueve a nivel inconsciente a través del cine, la radio, la televisión o en la calle. Es indiscutible que nos influye en la compra dirigida hacia determinados productos que, vuelvo a reiterar, muchas veces son innecesarios.

¿Cómo ha adquirido esos buenos hábitos como consumidor?
Muchos de ellos son producto de la experiencia, pero la base es la educación familiar. Recuerdo que antes me dejaba llevar por el gusto y no por la necesidad y mi madre me fomentó el buscar, conseguir y comprar lo que verdaderamente necesitaba, pudiendo compaginar gusto, calidad y economía.

¿Qué le parecen las tarjetas de crédito?
Son una medida muy cómoda y de protección para todo individuo, siempre y cuando sea organizado y la emplee adecuadamente, porque cuando uno no sabe ni lo que compró, los problemas económicos son terribles, y así, más vale ni conocerlas.

—Por último ¿qué consejos les da a los consumidores?
Amplíen sus conocimientos sobre la Ley de Protección al Consumidor, para poder defender sus derechos en cualquier caso de abuso o engaño y piensen siempre en sus necesidades reales antes de comprar.

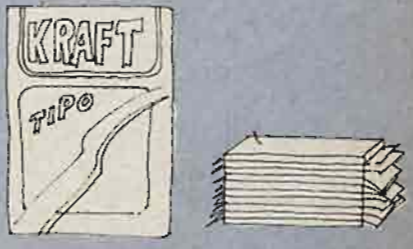
aeroméxico informa

Si usted quiere tener un viaje placentero y sin las complicaciones que le roban tiempo y energías, recuerde que al viajar es conveniente:

- Llevar identificación dentro y fuera de las maletas que incluya nombre completo, dirección y ciudad.
- Quitar los talones de otros vuelos evitando posibles errores.
- Guardar cuidadosamente los cupones ya que en caso de que se extravíen, la persona que los encuentra puede exigir la entrega del equipaje.
- Checar el número del cupón al recoger las maletas para evitar confusiones cuando son iguales.
- Cerrar las maletas con llave.
- No llevar en su interior objetos de valor, joyería, documentos, artículos frágiles ni productos perecederos.

LAS CUENTAS CLARAS

Compre queso, no envoltura



Cuando uno va a comprar queso, eso es lo que quiere: queso y no una cajita de cartón y unas tiras de papel metálico.

Pero al menos en el caso de algunos quesos (como el "tipo americano") de la marca Kraft, lo que nos venden es una brillante envoltura. Mientras 200 gramos del producto mencionado, comprados en la salchichonería de cualquier supermercado, cuestan 30.40 pesos, la misma cantidad, de la misma marca, pero en rebanadas cubiertas por separado y metidas en una caja, sube hasta un precio de 56.90 pesos.

La diferencia es de 26.50 en cada 200 gramos y si sacamos la cuenta por kilo, resulta que el aumento entre una y otra presentación del mismo producto asciende a 132.50 pesos. Los números son más ilustrativos: usted decida cuánto quiere pagar por una envoltura.

advierte contra la automedicación sino que, en otra ocasión, también pudimos ver cómo mostraba los desastrosos efectos que tienen los dulces en la dentadura infantil. Y todo esto en un estilo divertido, que no corta la continuidad de las caricaturas.

Se nos ocurre, entonces, que esta paradoja no debería pasar inadvertida para los productores del programa Burbujas. Si tantas veces se habla —y con razón— de la perniciosa influencia que ejercen en nuestros niños tantas series televisivas importadas, en este caso no sólo no ocurre eso, sino que una caricatura "gringa" ha tomado la delantera en el tratamiento de un tema que los programas infantiles mexicanos no deben desatender: la salud y el consumismo.

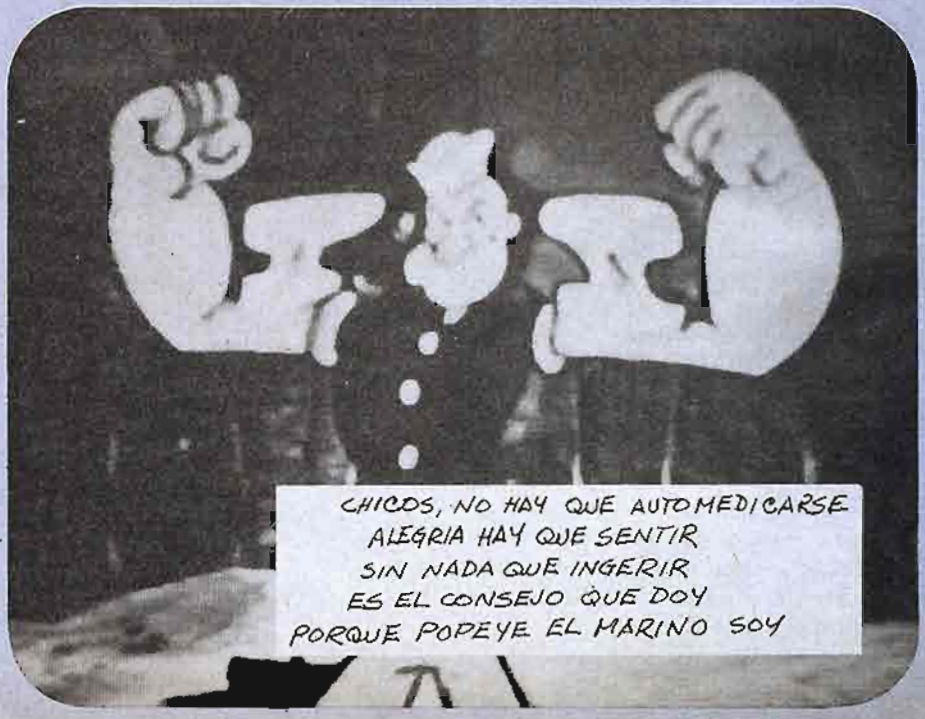
TELEVISION

El caso del ratón gastador y el marinero anticonsumista

Si usted tiene niños, es casi imposible que no conozca al "Mimoso Ratón", uno de los conocidos personajes del programa infantil Burbujas. Pero quizás nunca prestó atención a lo que dice la cancioncita con la cual se presenta siempre este ratón: es precisamente la que reproducimos aquí.

Por otra parte, también es probable que conozca a Popeye, cuyas caricaturas vienen entreteniendo a varias generaciones. Pero sucede que las actuales caricaturas incluyen una novedad: se trata de mensajes educativos, uno de los cuales también reproducimos aquí.

Y la paradoja que resulta de todo esto es la siguiente: mientras el ratoncito mexicano se da el lujo de realizar una apología del consumismo nocivo de productos caros y poco nutritivos, el marinero norteamericano se preocupa por la salud de los pequeños telespectadores: no sólo



"DON CONSUMIDON", la revista útil y chistosa. Búsquela en su quiosco.

COMITES DE CONSUMIDORES

Los padres defienden el buen consumo

Un paso adelante en la organización de los consumidores se dio el pasado 12 de mayo en el Polyforum Cultural Siqueiros, cuando, entre música y aplausos, el licenciado José Ramírez Gamero, subprocurador de Organización Colectiva de la Procuraduría Federal del Consumidor, hizo entrega de nombramientos simbólicos a los 134 Comités de Protección al Consumidor, creados por las Asociaciones de Padres de Familia de Escuelas Primarias de la Dirección de Educación No. 3 del D.F.

Estos Comités cuentan con 102 mil miembros, todos activos padres de familia preocupados por hacer cumplir sus derechos como consumidores.

Previamente a la entrega de los nombramientos, el licenciado Salvador Pliego Montes, Procurador Federal del Consumidor, señaló: **"El objetivo de estos Comités es lograr que los derechos de los consumidores sean reconocidos. Estamos logrando que las injusticias económicas y los abusos se vayan minimizando. Quién mejor que ustedes, los padres de familia, nos sirven de ojos para que podamos estar presentes donde haya abusos. Les pido que sigan colaborando con la Procuraduría Federal del Consumidor y con el Instituto Nacional del Consumidor, para ir menguando los abusos. Sabemos que con su empuje iremos terminando con cierto tipo de arbitrariedades que se cometen a diario".**

Por su parte, el señor Jesús Gamero, Coordinador de la Promotoría de Area Urbana en la PFC, y entusiasta organizador de los Comités, explicó: **"Desde que se creó la Procuraduría Federal del Consumidor se hizo un Programa Nacional de Organización Colectiva, donde se contempla precisamente la organización de los consumidores en los comités. Anteriormente trabajábamos con organizaciones sindicales, populares, con el PRI, y otros. Desde febrero de este año, se organizó un programa en coordinación con la Secretaría de Educación Pública. El objetivo es formar en cada sociedad de padres de familia un comité de protección al consumidor".**

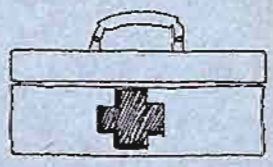
Al final del acto, la señora Mosqueda, madre de un niño de siete años, mostraba satisfecha su diploma mientras decía: **"En el comité al que represento, hemos aprendido cómo y dónde quejarnos. Allá donde yo vivo, en Cuajimalpa, hay muchos abusos; creo que hacía falta organizarnos para acabar con ellos. Por ejemplo, en tres tiendas de por mi casa, venden el kilo de huevo a 26 pesos, siendo que los dueños de las tiendas lo compran a 24.40 o 24.80 en el mercado sobre ruedas. Y en otra tienda, ubicada en la avenida Monte de las Cruces 98, venden cada pieza de huevo a cuatro pesos y los refrescos a ocho pesos. Yo estoy segura de que los padres de familia de Cuajimalpa, unidos, vamos a acabar con estas injusticias".**

A su vez, la señora Graciela Carballo de Ramírez, madre de cuatro niños y presidenta del comité de la escuela Héroes de la Naval (en la sección I de colonia Olivar del Conde), apunta: **"En las pláticas que nos dieron las personas de la Procuraduría Federal del Consumidor aprendí a conocer mis derechos como consumidora, a no dejarme engañar y, lo más importante, a saber como quejarme. Una de mis tareas es organizar a las mamás de mi sector para difundir entre ellas qué es la ley de Protección al Consumidor, qué es la Procuraduría, y así unirnos para que no nos suban los precios los comerciantes".**

[Inf: Isabel Arbesú]

PRIMEROS AUXILIOS

Botiquín para el automóvil



Por muchas que sean las precauciones, cuando se viaja en carretera siempre hay la posibilidad de un accidente. El contar en esos casos con los implementos indispensables para dar primeros auxilios, parar una hemorragia, calmar un dolor o simplemente para desinfectar una herida es de gran utilidad.

Aquí señalamos una serie de artículos que, sin ocupar mucho espacio, conforman un botiquín que lo puede salvar de muchos apuros:

—un paquete pequeño de algodón.
—cinco paquetes individuales de gasa esterilizada.
—un rollo pequeño de cinta adhesiva.
—una caja pequeña de curitas.
—un bote de 1/4 de litro de alcohol.
—un frasco de mertiolate.
—una botella de 1/4 de suero fisiológico.
—analgésicos por vía oral e inyectable.
—una jeringa desechable de tres ml. y una aguja mediana.
—dos vendas de siete cm. de ancho.
—una banda de hule, para cuando haya necesidad de hacer torniquetes.
— tijeras medianas.
— una cobija.
— si alguna de las personas que va a viajar padece ataques de asma, por seguridad y tranquilidad es conveniente llevar también una bombilla portátil de oxígeno (3 minutos).

R

DICCIONARIO ANTICONSUMISTA

RABIA.- Ira, enojo, cólera.

Hay gente que, en lugar de reaccionar contra abusos y atropellos, mismos que producen estas sensaciones, se las guardan o las descargan contra los chicos, la doméstica, el cónyuge o el vecino de enfrente.

Si en otros tiempos, el bueno de Luis Pasteur inventó la famosa vacuna contra **otro** tipo de rabia, es conveniente recordar que, en la actualidad, hay otros "remedios" para combatir las de tipo humano, ocasionadas por cuestiones injustas; los **"médicos"** de la Procuraduría Federal del Consumidor conocen muy bien las recetas.

REBAJA.- Lo que se rebaja o descuenta de algo.

No siempre, pero sí en muchísimos casos, acto de magia puesto en práctica por infinidad de comercios y supermercados, con la ayuda de espectaculares anuncios que sirven de anzuelo para incautos. El mecanismo **mágico** es muy sencillo: los clásicos conejos son reemplazados por cualquiera de los artículos promocionados; se los introduce en el respectivo sombrero de copa con precio remarcado y aumentado y, tras los asombrosos pases de rigor y el empleo de la encantadora palabra "rebajado", se los extrae y exhibe en vitrinas y mostradores a igual (o mayor) precio del que ostentaban antes del acto de magia.

A estas alturas, hay mucha gente ya vacunada contra estas aparentes "maravillas" del consumismo; en especial, porque este número artístico efectista figura en forma reiterada en la programación de estos inescrupulosos centros comerciales adictos a este tipo de ejercicios mágicos...

ROBAR.- Quitar lo ajeno, hurtar; despojar, desvalijar, estafar, saquear, timar, etc. etc. etc.

Verbo que posee innumerable cantidad de sinónimos. Algunos de ellos son declamados y puestos en acción, en perjuicio de su bolsillo, con elegantes y sofisticados guantes blancos.

RUBOR.- Color rojo que sube al rostro con la vergüenza.

Tonalidad y sentimiento a los que es imprescindible adiestrar para que no aparezcan en ciertas e inoportunas circunstancias; sin ir más lejos, cuando pretenden pisotear nuestros derechos y es preciso levantar la voz con energía para protestar contra esos intentos de abuso, fraude o engaño.

MAURICIUS

NORMAS COMERCIALES

Tres casos que hay que conocer

1) Aficionada a las canciones en francés, una consumidora adquirió un disco del cantante Joe Dessin, atraída por tratarse de un cantante galo y porque la funda del disco estaba escrita en idioma francés. Al abrir la cubierta notó que la etiqueta interior del disco decía que dos canciones eran interpretadas en español. Sin embargo, al escucharlo descubrió que más de la mitad del disco está cantado en español. La consumidora, insatisfecha con el producto, acudió a la Casa Chopin, donde lo había comprado, consiguiendo cambiarlo por otro de su agrado. No obstante, presentó su queja ante la Dirección General de Protección al Consumidor de la SECOM, pensando que, como ella, muchos otros consumidores podían ser engañados.

En la Secretaría de Comercio, el Departamento de Publicidad Comercial de la Dirección General de Normas Comerciales lo consideró un caso de información engañosa que induce a error al consumidor, por lo que emitió un dictamen a CBS Columbia Internacional, S.A., para que modificara su publicidad de manera que se indicara claramente cuáles canciones son interpretadas en francés y cuáles en español. Acatando la disposición, la empresa adhirió a los ejemplares del citado disco una etiqueta con la información requerida.

2) Con respecto al anuncio del refresco Mirinda, que señalaba "Soy de naranja", "estupendo es mi tamaño", la Dirección General de Normas Comerciales solicitó a la empresa embotelladora Pepsi Cola Mexicana, S.A., que modificara los términos de su publicidad porque hacía creer que el refresco está elaborado con naranjas naturales, cuando en realidad no es así. Además de que la exageración al mencionar el tamaño resultaba confusa con respecto al verdadero contenido del refresco.

Ahora, la publicidad de esta bebida dice: "Sabor Naranja, Soy Mirinda"....

3) El "juego de boliche", fabricado por la empresa "Lade" es otro de los juguetes que en su empaque dan una idea falsa de su contenido. La caja muestra cinco bolos de boliche y una bola del mismo juego, además de la leyenda: "toda la emoción y el suspenso de un auténtico juego de boliche"; pero al abrir el paquete, el consumidor descubre que el contenido es muy diferente: un par de dados, un vaso de plástico y unas hojas de papel cuadriculado.

Además, el tamaño del empaque resulta engañoso por la desproporción que guarda con el escaso contenido. Para colmo, se omite la información acerca de la empresa que lo fabrica, así como el domicilio de la misma. Tantas violaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor motivaron que el Departamento de Publicidad Comercial pidiera a la empresa que modificara la información engañosa de ese producto. Al no recibir respuesta del dictamen y verificar que éste no se había cumplido, se procedió a sancionar a la empresa.

SOLUCION A LAS CRUZADAS

Yo, pasta dental

CONFIESO:

Yo, pasta dental, confieso que ni en mis mejores sueños he sido jamás el compendio de propiedades mágicas que los anuncios sugieren.

Confieso que ante tal responsabilidad preferiría que aclararan que no existe producto alguno que pueda volver blancos los dientes que son naturalmente de otra tonalidad.

Confieso que me siento sofisticada con tantas rayitas, puntitos y graciosos colores que me ponen, porque sé que esos artificios no modifican mi acción y solo sirven para incitar a que me compren.

Confieso con impotencia que, aunque debido a los saborizantes que me ponen doy por momentos la ilusión de una boca fresca, con mi sola acción no elimino las verdaderas causas del mal aliento, que pueden ser el mal cepillado, las caries y hasta trastornos estomacales.

Y eso me angustia cuando veo que en un estudio hecho por el INCO, el 84.8 por ciento de los entrevistados manifestó que me elegía motivado por mi sabor. ¡Si supieran que eso de nada sirve!

Confieso que me asusta la displicencia con que me usan, influidos por la publicidad que quiere hacer creer que el cepillo debe estar saturado conmigo. ¡Qué cosa tan falsa!

Y en ese desperdicio tiene también mucho que ver los enormes orificios de salida de la mayoría de los tubos.

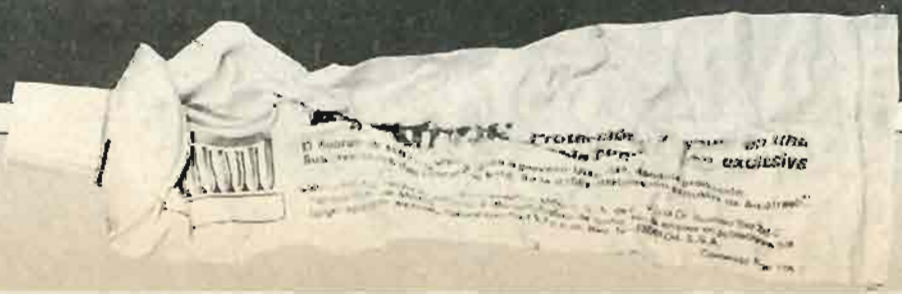
Confieso que en la encuesta mencionada, el 98.7 por ciento de las personas interrogadas creía que soy necesaria para el buen lavado de los dientes.

Cosa que me mortifica, porque —ha llegado el momento de confesar lo que más me sonroja— los especialistas afirman que sólo soy un elemento auxiliar en la limpieza bucal y que incluso si no me utilizaran no habría la menor consecuencia.

Por ello confieso mi envidia de los cepillos, pues son ellos los que, utilizados correctamente y con frecuencia, preservan la salud de dientes y encías.

Ya sin saber dónde esconderme, confieso mi deseo de que todos me conozcan en mi justa medida, como un simple auxiliar, totalmente prescindible, para la higiene de los dientes. Sé que me sentiré "desinflada", pero podré por fin estar tranquila.

(B.T.)



CHILES IMPORTADOS DE ESPAÑA

Como venderle pan al panadero

En días pasados, el Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales (IEPES) del PRI propuso, entre los proyectos para el próximo sexenio, la nacionalización de la industria alimentaria.

A primera vista la medida parece loable, principalmente cuando vemos la irrupción de una gran variedad de alimentos importados en abarrotes, autoservicios... y en el bolsillo de los consumidores.

Y hay que decirlo: ni más sabrosos, ni mejores, estos productos carecen de toda timidez, ¡si hasta al chile le llegó su doble de ultramar!

Usted, que es la presa codiciada, no puede equivocarse; abra bien los ojos, despeje la mente y opte sin dudar por el "Hecho en México".

Mostaza de Estados Unidos, salchichas de Dinamarca y —en el más grande de los absurdos— chiles que vienen de España son algunos de los productos que, enfundados en modernas armaduras de hoja de lata, pretenden conquistar al consumidor mexicano.

Lo grave es que en algunos casos lo logran; tan es así que el licenciado Jorge de la Vega Domínguez, Secretario de Comercio, expresó recientemente su preocupación por el excesivo gasto que los mexicanos realizamos en artículos extranjeros y puso límites a la importación de ciertos productos.

Investigamos el caso de los alimentos importados y descubrimos que, sin excepción, son más caros que los nacionales. Y la diferencia no se mide en centavos: se triplica en las salchichas; se cuadruplica en los champiñones y el queso manchego; y, en algunos casos, se reproduce hasta el delirio (el agua mineral francesa, por ejemplo, cuesta 14 veces más que la mexicana).

Además, los productos extranjeros no siempre son superiores a los nuestros. Ni en sabor ni en valor nutritivo puede afirmarse que la mostaza "made in USA" sobrepasa a la autóctona, o que el ostión ahumado japonés o la salchicha danesa sean mejores. Y menos aun que los chiles españoles ¡casi 10 veces más caros! puedan atreverse a competir con cualquiera de las múltiples variedades del chile mexicano.

Por si fuera poco, es común que estos alimentos no correspondan a nuestras necesidades. El ejemplo más relevante es el de los cereales industrializados que, tal como hemos señalado en su oportunidad, tienen un bajísimo nivel nutritivo, ampliamente superado por la típica tortilla. Y no por ser importados, ni por costar cuatro o cinco veces más, los cereales o los refrescos estadounidenses aportan algún beneficio al consumidor mexicano.

Empero, es indudable que los alimentos extranjeros han cautivado a muchos consumidores.

Los lujos exóticos

Desde el pequeño changarro hasta el gigantesco autoservicio, pasando por puestos callejeros, abarrotes, tianguis y elegantes centros comerciales, el terreno ocupado por los productos invasores se extiende día a día. Vienen de los lugares más distintos: hay hongos secos del Japón, estómago de res de los Estados Unidos, caracoles de Ecuador. **"No podemos evitar su venta, ya que están en todas partes** —afirma el gerente de una sucursal de Aurrerá, que prefiere no dar su nombre—; **por eso nosotros los vendemos, pero con mayor garantía de calidad. Además, si hay un sector de la población que puede darse esos lujos, ¿por qué se lo vamos a impedir?"**

Por su parte, Magdalena Rosete, cajera de El Gran Bazar, sostiene que **"la mayoría de quienes compran alimentos importados pertenece a la clase media alta"**. Y agrega: **"son los que tienen dinero y pueden darse sus gustos; muchas veces lo hacen a pedido de los niños que quieren probar cosas nuevas, especialmente de los Estados Unidos".**

¿A usted le gusta que lo invadan?

Las causas del éxito comercial de los alimentos importados parecen ser múltiples; sin embargo, siempre hay algo en común: los motivos no se relacionan con las posibles características positivas del producto (calidad, precio) sino con las "apetencias" que despiertan en el comprador (probar algo nuevo, satisfacer curiosidades, sentirse en un estatus superior o ... simplemente, deseos de comprar).

El señor Leopoldo Arroyo, empleado en una fábrica de hule, afirma mientras adquiere unas cervezas alemanas: **"quiero ver a qué saben, y si me gustan las seguiré comprando".** Son muchos los que dan razones similares. **"Los vemos y nos tientan, entonces decidimos probarlos"**, dicen. Para el señor Gerardo López, empleado de El Gran Bazar, la curiosidad es la que desarma a los consumidores: **"las incomprensibles leyendas en idioma extranjero los atraen, y ahí van tras las latas de galletas y las cajas de cereales"**, dice.

LA INVASION MULTINACIONAL

La invasión que ciertos países realizan en amplios sectores del orbe, a través de los alimentos, ha alcanzado considerables dimensiones.

Y ya no es sólo mediante el sencillo comercio —tan antiguo como los fenicios— de importar y exportar mercancías. Hoy en día, el negocio de los alimentos ha ido más allá, al grado de instalarse por completo en los países "anfitriones"

Así, la empresa británica Unilever opera en 70 países; la tan conocida compañía suiza Nestlé se halla instalada en 47, y la norteamericana CPC International, en 41. Otras empresas que poco a poco van ganando terreno en el negocio multinacional de los alimentos son las norteamericanas Standar Brando, Beatrice Foods, Ralston Purina, Borden, Del Monte y Pepsico, con plantas en 31, 28, 28, 25, 21 y 20 países, respectivamente; así como las británicas Reckitt and Colman y Tate and Lyle, que han sentado sus chimeneas, respectivamente, en 38 y 25 naciones.

("El Negocio de los Alimentos". Gérard Garreau; editorial Nueva Imagen)

LOS PRECIOS LOCOS

¿Alguna vez pensó que le pedirían 120 pesos por 300 gramos de chile? Seguramente no, pero por cierto tampoco imaginó jamás que en México se vendiera el chile español. Y menos aun que existiese gente esnob —o ingenua, en el mejor de los casos— dispuesta a comprarlo. Sin embargo, no se asombre demasiado: forma parte de las delicias de la sociedad de consumo. Lea este listado y sepa discernir. Y recuerde que los precios pueden variar; su control no existe entre los productos importados y las diferencias de un expendio a otro llegan a los 200 pesos.

Alimentos importados

- Una botella de 700 ml de agua mineral francesa Perrier ..... $ 56.50
- Una lata de 120 gs de sardinas Grand Hoteles de España ..... $ 39.90
- 300 gs de chiles en caja españoles ..... $ 120.00
- 450 gs de queso manchego Hock Band holandés $ 450.00
- Champiñones DC, de Costa Rica ..... $ 29.00
- Champiñones españoles ..... $ 89.00
- Una caja de cereales Corn Total de 198 gs ..... $ 59.00
- Una caja de Cereal Trix de 340 gs ..... $ 79.00
- 400 gs de paté de hígado francés ..... $ 94.50
- Seis salchichas Frankfurt de Dinamarca ..... $ 90.00
- Una cajetilla de cigarros Marlboro de USA ... $ 35.00
- 226 gs de mostaza Guldena de USA ..... $ 29.00
- Una lata de 115 gs de atún español ..... $ 59.00
- Una lata de 350 gs de espárragos españoles $ 159.00
- Refrescos Shasta y Shaster de Estados Unidos .. $ 19.80
- Cerveza Heineken holandesa ..... $ 39.00
- Cerveza alemana Lowenbrau ..... $ 32.00
- Lata de frutas en conserva de China ..... $ 84.90

Alimentos nacionales

- Dos litros de agua mineral Garci Crespo ..... $ 10.70
- Una lata de 435 gs de sardinas Dolores ..... $ 16.70
- 125 gs de chiles Clemente Jacques ..... $ 6.70
- 400 gs de queso manchego Chambourcy ..... $ 91.00
- Champiñones Monte Blanco ..... $ 25.00
- Una caja de cereales Corn Flakes de 170 gs .... $ 14.90
- Una caja de 540 gs $ 29.00
- 400 gs de paté de hígado Iberomex ..... $ 15.70
- Seis salchichas marca Viena ..... $ 27.00
- Una cajetilla de cigarros Marlboro ..... $ 15.60
- 202 gs de mostaza Mc Cormick ..... $ 19.00
- Una lata de 370 gs de atún Dolores ..... $ 63.90
- Una lata de 350 gs de espárragos ..... $ 104.00
- Refrescos de cola enlatados ..... $ 9.00
- Cerveza Tecate .. $ 15.00
- Lata de frutas en conserva Clemente Jacques .. $ 41.70

Imitar a otros sectores sociales, perseguir un prestigio efímero, "comer lo mismo que los gringos", es otro motivo importante. La señora Guadalupe Martínez Echevarría, de Ciudad Satélite, sostiene: **"compramos estas cosas porque todos queremos saber qué gusto tienen los alimentos de los 'gringos'; además, a veces saben mejor, y frecuentemente no se producen en nuestro país"**. En cambio, para la señora Antonia González esa diferencia no existe; **"muchos de esos artículos importados —dice— son producidos por los mismos fabricantes que los venden aquí"**. Cecilia Sea, empleada de El Gran Bazar, considera que la gente se deja llevar por las apariencias y **"todavía piensa que lo extranjero supera a lo nacional". "A veces la compra de todo esto es pura pose** —sostiene un comerciante—, **los que tienen dinero se dan esos lujos y creen que ya viven como los vecinos del Norte".**

Frutas en conserva de China, carne curada de res francesa, sardinas españolas, dulces estadounidenses... una casi infinita exhibición del cosmopolitismo alimenticio que, en nuestros tiempos, es difícil de evitar. Empero, es posible eludir la caída en la trampa. Eso depende de los propios consumidores. Porque como dijo la maestra Angeles Anaya mientras luchaba contra las múltiples tentaciones en un centro comercial: **"¿Invasión? Sí, la hay. Pero como todo el mundo sabe, lo que sucede es que muchos se dejan invadir; y, es más, algunos lo desean".**

[Información: Wenceslao Huerta]

Así se consumió en el Cervantino

Al planear este reportaje imaginamos que encontraríamos una población guanajuatense víctima de violaciones en los precios, abusos y carencias de todo tipo, tal como se estila en las ciudades que por breves temporadas —puentes, semanas santas, etc.— registran una elevada afluencia de visitantes. Pero, pese a incrementar su población en más del doble con ocasión del noveno Festival Internacional Cervantino, la ciudad de Guanajuato resintió en bajas proporciones estas consecuencias. Y, en cambio, gozó de todo tipo de eventos auténticamente culturales a bajos precios y, muchos de ellos, gratuitos.

En la Plaza de la Paz se arremolina la gente para ver y escuchar a un espontáneo grupo de música folklórica; más allá, cerca del Teatro Juárez, un mimo con la cara pintada de blanco ejecuta silencioso la rutina de un borracho. Por la calle corretean unos niños que representan la mexicana danza del toro y el diablo, y por uno de los tantos callejones bajan los cantos de la estudiantina.

Es Guanajuato, ciudad que, convertida en un gran escenario, vivió la ebullición del IX Festival Internacional Cervantino. Se llenaron los 2,640 cuartos de hotel con que cuenta esta ciudad colonial —"nosotros reservamos desde diciembre", comentaban muchos capitalinos— al igual que todos los espacios en León, Celaya e Irapuato; no faltó, incluso, quien instalara su tienda de campaña en los jardines de la entrada de la ciudad. "Calculamos que recibimos alrededor de 69,000 visitantes", expresa el licenciado Héctor Pacheco Cortez, director de turismo en la entidad.

Como en toda gran concentración humana, no faltaron algunos abusos y padecimientos de la población consumidora, aunque, a decir verdad, fueron menos que los esperados.

"El agua sí escasea un poco y el tráfico se ha multiplicado; es algo molesto para nosotros que estamos acostumbrados a vivir en paz", comenta el joven Mario Arreola mientras observa uno de los espectáculos de pantomima que un grupo de espontáneos escenifica en la Plazuela de San Roque. **"Pero los precios** —agrega— **no han variado mucho".**

Empero, hay que consignar que pese a ser de 5.50 el precio oficial del kilo de tortillas, un par de tortillerías encontradas en el camino las ofrecían a 5.70 y 5.80 pesos el kilo.

También se hizo evidente la gran cantidad de cervezas vendidas. Un repartidor de Tecate —que por cierto no fue la marca de mayor consumo— confiesa que diariamente entrega 150 cajas (de 24 latas cada una) tan sólo en las tiendas y restaurantes que están en la plaza frente al Teatro Juárez.

Al respecto, el dueño de la miscelánea "El Túnel" expresa que **"se han vendido muchísimas cervezas, refrescos y pan de caja. Leche no hay y es que parece que la están guardando para los turistas. Una señora me dijo que encontró leche pero no se la quisieron vender porque era para los hoteles".**

Y no fue la población local la única en padecer ciertos abusos. A decir del ingeniero Luis Gutiérrez, subdirector de Turismo, se habían recibido —hacia mediados del Festival— tres denuncias contra hoteles que no respetaron las reservaciones.

Hubo pocos "souvenirs"

Otro fenómeno consumista que aparece en eventos de esta naturaleza es el de los "souvenirs" que en forma de llaveros, cachuchas, playeras, carteles y todo tipo de objetos se ofrecen al espectador que quiere llevarse un recuerdo. Empero, en esta ocasión la venta de esos artículos fue prácticamente nula; si acaso unas playeras que a precios oscilantes entre 95 y 140 pesos se vendieron con imágenes alusivas al festival.

A cambio de ese consumo, el licenciado Pacheco expresa que **"platicamos con los artesanos del estado para que hicieran trabajos a propósito del Festival, como Quijotes, por ejemplo".** Fue así como en varios puntos de la ciudad los artesanos exponían larguiruchos Quijotes y rechonchos Sanchos de hoja de lata, cobre o madera, con diseños propios del tradicional arte popular mexicano.

Paralela a esta artesanía, otros objetos irrumpieron en algunas plazuelas de Guanajuato y tentaban tanto al consumidor local como al visitante que se paseaba por enfrente de la mercancía: eran collares, aretes, ropa y demás artículos con reminiscencia de la artesanía "hippie" de los sesentas; de igual manera se expedían quenas y otros instru-

No faltó quien instalara su improvisado negocio

Sólo algunas playeras se vendieron como "souvenirs" del festival

mentos musicales latinoamericanos.

"Vengo, por una parte, por el negocio, y por otra para estar en los eventos del festival", comenta Ernesto Ramírez, tras vender un collar de piedras de colores a una visitante de apariencia norteamericana.

Procedente del Distrito Federal, Ernesto —de unos 25 años— agrega que aprovecha estos eventos para vender su mercancía. **"Por ejemplo, he ido a la Guelaguetza de Oaxaca y al Festival de Oposición en el D.F."**

Más allá, un italiano rubio, con una arracada en la oreja izquierda y muchas "chucherías" en el piso, menciona que obtiene unos 600 o 700 pesos diarios. **"Cuando termine esto** —apunta el artesano, de nombre Loris— **me voy a ir al norte".**

Al respecto, Mario Arreola —de Guanajuato— comenta que a él le agrada que venga este tipo de gente, **"porque son 'chavos' muy comunicativos; muchas personas de aquí nos acercamos a comprarles".**

Curiosos casos de consumo

Pero la gente de Guanajuato también aprovecha el festival y se da sus mañas para obtener algunos centavos extras. Un caso es el de la señora Teresa Goitia que tiene su casa en la Plazuela de San Roque, lugar donde se escenifican los tradicionales Entremeses Cervantinos. Como el cupo de las gradas provisionales es muy reducido, los boletos se agotan rápidamente, circunstancia que aprovecha esta señora para alquilar su azotea: 100 pesos por cabeza. Y cuando las localidades en el tejado están llenas —unas 25 personas aproximadamente— pone en marcha el siguiente paso de su negocio: alquila sillas a quien no quiere disfrutar del espectáculo sentado en el piso.

Abundaron las manifestaciones artísticas espontáneas

En otros lugares de Guanajuato encontramos niñas que sacaban una pequeña mesa sobre la que instalaban su negocio de aguas frescas a 3 y 4 pesos, según el tamaño.

Pero lo mejor de todo fue comprobar que la cultura durante el Festival Cervantino no constituyó una práctica más de consumismo; todo lo contrario, los eventos estuvieron al alcance de cuanto visitante llegó a Guanajuato. No sólo porque los precios para los espectáculos organizados fueron relativamente bajos —100 pesos para ver a Joan Baez o Gilbert Becaud,— sino también porque hubo eventos gratuitos —como un grupo de danza hindú o el ballet de Costa de Marfil—, y porque todo Guanajuato fue un gran escenario en donde no faltaban quienes se pararan en cualquier plazoleta para representar una pequeña obra teatral, o quienes estuvieran más de una hora tocando música folklórica a cambio de algunos pesos que el público les otorgaba voluntariamente.

Eso fue Guanajuato durante el IX Festival Internacional Cervantino: un enorme teatro que dio cabida a todas las expresiones artísticas y que permitió el contacto con eventos culturales de alta calidad que pocas veces se disfrutan, y que, pese a duplicar su población durante unos días, no padeció los violentos abusos y carencias que se registran en otras ciudades turísticas durante épocas de gran afluencia. Por supuesto, no se pueden pasar por alto algunos abusos, precios violados y la escasez de ciertos productos, pero en proporciones tales —al menos por lo que pudimos observar y platicar con los pobladores locales— que en esta ocasión no se puede hablar de la cultura como motivo de consumismo, sino, más bien, de un evento que es recibido con beneplácito por quienes gustan de las expresiones artísticas de alto nivel.

[Sergio Jácome Enviado]

HABLA EL DIRECTOR DE TURISMO

"Del 24 de abril en que se inició el festival, al 16 de mayo en que se clausuró, calculamos que recibimos unos 69 mil visitantes. A esto hay que agregar que en el puente del 1° al 5 de mayo vinieron cerca de 50 mil personas más", señala el licenciado Héctor Pacheco, director de Turismo del estado de Guanajuato, al referirse al IX Festival Internacional Cervantino.

"Todo esto —prosigue— **representó una derrama económica de casi 65 millones de pesos".**

En cuanto a los abusos que tal afluencia turística provocó en una población de 47 mil habitantes, el director de Turismo comenta que **"ha habido algunos periódicos locales que han denunciado ciertas prácticas en contra de los consumidores, como la venta de aguas preparadas a 200 pesos la jarra; sin embargo, a nivel oficial no hemos recibido ninguna queja".**

Por otra parte, al referirse a los eventos del festival, el licenciado Pacheco expresa que estuvieron al alcance de todo tipo de público, ya que si bien el boleto más caro fue de 400 pesos (más 10 por ciento al adquirirse en Boletrónico), hubo localidades de 50 pesos. **"Además** —precisa—, **se contó con espectáculos gratuitos, principalmente en la explanada de la Alhóndiga de Granaditas, donde cada noche se llenaron totalmente las 15 mil localidades, sobre todo por parte de los propios guanajuatenses que tuvieron la oportunidad de disfrutar de magníficos eventos culturales.**

Un trapo digno de todo respeto

Toda la jerga que se consume anualmente en el Distrito Federal casi bastaría para darle una vuelta al mundo; y es que este humilde lienzo se encuentra prácticamente en todos los hogares. De ahí la importancia por conocer sus características ya que, aun cuando a primera vista todas las jergas parecen iguales, no todas sirven para lo mismo.

Si al ver el título pensó: ¿a quién le puede interesar un estudio sobre jergas? será interesante que sepa que tan sólo en el área metropolitana del Distrito Federal se consumen al año cerca de 30 millones de metros de jerga, que a un precio de 15 pesos por metro, resulta una derrama de 450 millones de pesos en su compra.

Este dato se desprende de una investigación realizada por el Centro de Pruebas y Análisis para el consumo (CEPAC) del INCO sobre este artículo de aseo que por su utilidad y bajo costo se ha vuelto imprescindible en muchos hogares.

La investigación del CEPAC abarcó tanto encuestas a consumidores, como pruebas de laboratorio.

De 200 entrevistas a amas de casa de diversos estratos sociales se desprendió que el 100 por ciento de las personas encuestadas usan jerga. El 77 por ciento la compra cada uno o dos meses; el 66 por ciento la usa para la limpieza del hogar; el 19 por ciento para asear automóviles y la mayoría (83 por ciento) prefiere comprarla por metro y no por paquete.

Los principales problemas que enfrentan los consumidores con el uso de este artículo son: deshilachamiento, decoloración de las rayas de adorno, poca absorción y encogimiento.

Las investigaciones de laboratorio compararon jergas de diversos tipos, para evaluar tipo de tejido, resistencia de hilos, capacidad de absorción de agua y durabilidad.

Las conclusiones son de utilidad para dar un mejor uso y obtener, en consecuencia, mayor rendimiento de este artículo de limpieza.

Conclusiones y recomendaciones

• Las jergas se pueden diferenciar por su tejido. Las hay de tejido tipo plano y de tejido sarga. Se conoce como plano cuando los hilos se entretejen unos con otros en forma de cuadrícula. El tejido sarga da una apariencia de rayas diagonales.

• Las jergas que se venden en paquete son en general más caras que las que se venden sueltas.

• Si compra por paquete, fíjese en las medidas que indica, para comprobar que satisfaga sus necesidades.

• Además del desgaste lógico por el uso, los blanqueadores y detergentes acortan la duración de las jergas. Es por ello aconsejable que sean lavadas con agua cada vez que sean lavadas con agua cada vez que se termine la labor de limpieza.

• Las jergas de tejido tipo sarga resultaron ser más resistentes que las de tejido plano cuando son sometidas a exprimido por torsión.

• La elección de una jerga depende del uso que se le vaya a dar. Antes de comprar una debe tomar en cuenta si es para la limpieza de pisos, muebles o cocina.

• Dado que para la limpieza de pisos no se requiere alta absorción, la jerga más recomendable para trapear es la de tejido tipo sarga, que, aunque no es muy absorbente, resulta resistente.

• Para la cocina es útil una jerga de buena absorción, aunque no tenga mucha duración al frote. Lo que debe buscarse es una jerga afelpada para asir utensilios calientes y absorber líquidos que se derramen.

• Para el aseo de muebles y ventanas es conveniente una jerga de resistencia media al frote y de absorción media, con el fin de no rayar los artículos que se limpien, ni dejar pelusa.

• Es perjudicial dejarlas por mucho tiempo en agua.

• De preferencia deben ponerse a secar al sol.

[Berta Trejo Información: CEPAC-INCO]

TABLA COMPARATIVA DE JERGAS

MARCA	TIPO DE TEJIDO	PRESENTACION	DIMENSIONES ANCHO	DIMENSIONES LARGO	CANTIDAD DE HILOS	RESISTENCIA	ABSORCION INICIAL	DURABILIDAD
BENEFICIADORA DE FIBRAS	PLANO	SUELTA	50	—	MEDIA	ALTA	MEDIA	MEDIA
CARTEL	PLANO	SUELTA	50	—	ALTA	MEDIA	MEDIA	BAJA
CARPE	SARGA	SUELTA	50	—	ALTA	ALTA	MEDIA	ALTA
CONASUPO	PLANO	PAQUETE	40	25	MEDIA	MEDIA	ALTA	MEDIA
DIMENSION - 2000	PLANO	PAQUETE	50	95	BAJA	ALTA	ALTA	MEDIA
DIMENSION - 2001	PLANO	PAQUETE	50	70	BAJA	MEDIA	ALTA	BAJA
EXTRAFINA	SARGA	SUELTA	60	—	ALTA	ALTA	MEDIA	ALTA
HTH	PLANO	PAQUETE	60	70	BAJA	MEDIA	MEDIA	MEDIA
HASPEADO	PLANO	SUELTA	70	50	MEDIA	ALTA	MEDIA	MEDIA
LUARCA	PLANO	PAQUETE	50	70	MEDIA	MEDIA	ALTA	BAJA
MASCOTA	SARGA	PAQUETE	60	100	BAJA	ALTA	MEDIA	ALTA
		SUELTA	50					
MAR-USA	PLANO	BOLSA	50	80	MEDIA	BAJA	MEDIA	BAJA
PANORAMICA	PLANO	PAQUETE	50	70	MEDIA	ALTA	BAJA	BAJA
PAÑO ABSORBENTE	PLANO	SUELTA	50	—	BAJA	BAJA	MEDIA	BAJA
PEÑA VEL	SARGA	PAQUETE	60	70	BAJA	MEDIA	ALTA	MEDIA
POINSA	PLANO	SUELTA	50	80	MEDIA	MEDIA	ALTA	ALTA
SORPRESA MAGICA	PLANO	PAQUETE	50	90	MEDIA	MEDIA	ALTA	MEDIA
TEXCO	PLANO	SUELTA	80	—	MEDIA	MEDIA	BAJA	MEDIA
VENADO	PLANO	SUELTA	60	—	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA

AL AÑO: 300 MIL TONELADAS DE PLASTICOS A LA BASURA

Atrapados... ¿sin salida?

Cada año, más de 700,000 toneladas de plástico llegan a nuestros hogares convertidas en bolsas, envases y todo tipo de productos, muchos de los cuales, irremediablemente, terminan sus días en el bote de la basura. Esto constituye un serio desperdicio de un derivado del petróleo y una grave contaminación de casi 300,000 toneladas de desechos.

"El 40 por ciento del plástico que se produce en el país se desecha, sin que hasta el momento se contemple la recuperación de este material", afirman los ingenieros Enrique García Corona y Humberto Reyes Montiel, presidente y expresidente, respectivamente, de la Sociedad de Ingenieros en Plásticos.

"Lo grave —agrega Reyes Montiel— **es que estamos tirando la energía acumulada en 246,000 toneladas de plásticos, ya que, como se sabe, este material se obtiene a partir del petróleo".**

En efecto, cada vez que el consumidor tira una bolsa de polietileno, un encendedor o bolígrafo desechables, un envase de margarina o yoghurt, o cualquier otro producto elaborado con este novedoso material del siglo XX, está arrojando una pequeña porción de petróleo y está contribuyendo a incrementar la contaminación ambiental, ya que hasta ahora muy pocos materiales plásticos se vuelven a utilizar.

A decir del ingeniero García Corona, son contados los desechos plásticos que se reutilizan: **"unos son los que se generan directamente en las fábricas y otros los que están mezclados con pocos materiales como el recubrimiento del alambre de cobre. Pero el desecho que se genera en casa es difícil de volver a usar ya que el costo no es redituable para las empresas".**

Uno de los pocos usos que tienen los desechos domésticos lo constituyen, a decir de Reyes Montiel, las bolsas de polietileno (que se usan en los autoservicios) que recogen los pepenadores. **"Se muelen** —explica—, **se compacta el polvo que resulta y se vende para fabricar juguetes de baja calidad; fuera de eso no hay ninguna otra reutilización".**

Desde esa perspectiva, los especialistas aportan algunas sugerencias. **"Los tiraderos de basura podrían transformarse en plantas procesadoras; a los pepenadores se les pondría su uniforme y se dedicarían a separarla. Así, la basura pasaría por una serie de bandas en donde los trabajadores irían separando el vidrio, el papel, el plástico y el metal. Habría 500 pepenadores de un lado y 500 del otro, con cuatro cajas cada uno para depositar lo que alguna vez fue basura. Después pasarían los industriales interesados en recoger esos materiales".**

En cuanto a los usos prácticos a que se podrían destinar los desechos plásticos, el ingeniero Reyes Montiel apunta que con el plástico ligero se podrían hacer palos de escoba, señalamientos para carretera y "guías" para los cultivos en agricultura. **"Mientras que con el plástico pesado se pueden fabricar tabiques de buena calidad al recubrirlos con una resina".**

OTROS USOS DEL PLASTICO

No todos los envases y productos desechables de plástico están condenados a ser tirados a la basura irremediablemente. Algunos de ellos pueden tener cierta utilidad:

- Con los envases de margarina, yoghurt, crema o queso, puede hacer macetas. Píntelos o decórelos con papel, póngales tierra y colóquele una planta. También se pueden utilizar para guardar restos de comida en el refrigerador o en el congelador; bien tapados protegen de malos olores.
- Los frascos de rollos fotográficos pueden utilizarse para guardar clips, tornillos o cualesquiera otros objetos pequeños. Si se le pega una raspadera de cerillos y se forra con fieltro, puede convertirse en una bonita cerillera.
- A los bolígrafos desechables se les puede cortar la punta para que los niños jueguen con ellos como si fueran palitos.
- Con las bolsas del supermercado se pueden hacer "chalecos de trabajo" para los niños. Se les corta la parte de abajo y se les abren las asas; no es muy elegante pero sí muy práctico para que los niños jueguen con acuarela o materiales que los ensucien, sin manchar su ropa.
- Con los envases de crema y margarina se pueden hacer moldes para gelatina.

Y en verdad que sería sumamente benéfico volver a utilizar los desechos plásticos, no sólo por los beneficios que esto representa en sí mismo, sino porque de esa manera disminuiría la contaminación de los suelos. **"Actualmente** —comenta García Corona— **el plástico que se fabrica tarda unos 10 o 15 años para destruirse, y aunque a las bolsas de polietileno se les están agregando algunas sustancias para hacerlas biodegradables, no es posible hacer lo mismo con otros productos, como los envases de yoghurt por ejemplo, ya que su costo subiría hasta en un 200 por ciento".**

Sin embargo, el licenciado Reynaldo Reyes Retana, secretario ejecutivo de la Asociación Nacional de las Industrias en Plástico, defiende a la industria y señala que ella no es la culpable de los problemas de contaminación, **"sino el consumidor que al comprar un producto con envoltura plástica la tira y no la guarda para usos futuros".**

En ese contexto, el ingeniero García Corona manifiesta que las amas de casa podrían aprovechar las bolsas de plástico para poner en ellas la basura y así hacer más higiénica esta práctica. **"De igual manera se pueden utilizar los recipientes de algunos productos como helados, margarinas, cremas y quesos para guardar la comida en el refrigerador, con lo que se protege de olores y sabores".**

Por su parte, el ingeniero Reyes Montiel refiere que en Estados Unidos hay poblados de 30,000 a 40,000 habitantes cuyo consumo de energía eléctrica es producido utilizando los desperdicios plásticos; **"también han construido carreteras rurales a base de desechos, asfalto y chapopote".**

Por eso, la próxima vez que pensemos comprar ese rastrillo de plástico para afeitar, aquel encendedor desechable o muchos otros productos de plástico que una vez terminada su misión irán a la basura, recordemos que, en cierta medida, lo que estamos tirando es petróleo. Claro que no se trata de acumular cerros y cerros de productos plásticos en casa, pero sí de tener un consumo racional de estos productos y de darles el mayor tiempo posible de vida útil.

[Información: Wenceslao Huerta]

El síndrome de Houston

Emporio de las compras, presunto edén de la salud, Houston se ha transformado en un imán irresistible para decenas de miles de personas. ¿Cuáles son las razones que explican este frenesí viajero? Pareciera que —salvo algunos casos específicos— se aproximan más a la dictadura de una moda prestigiosa que a la resolución conveniente de necesidades reales.

En el curso de 1980 cerca de 140 mil mexicanos viajaron a Houston en los múltiples vuelos que parten diariamente hacia esa ciudad estadounidense. Desde enero a abril del corriente año, un promedio de 10 mil personas al mes hicieron el mismo recorrido. El dinero abonado por nuestros compatriotas en los hoteles, restaurantes, clínicas y centros comerciales de Houston (sin contar el correspondiente precio de los boletos de avión que oscila entre 3.400 y 5.500 pesos) suma cifras nunca inferiores a los 3,000 pesos diarios y casi siempre varias veces más altas.

Ante este fenómeno, que algunos irónicamente identifican como el "síndrome de Houston", no es difícil deducir que la gran mayoría sigue los impulsos de la publicidad y la moda, mientras que unos pocos buscan resolver necesidades reales, como recurrir a tratamientos médicos que no se brindan en nuestro país.

La señorita Laura Angelini, que con sus 23 años de trabajo es una veterana agente de viajes, se desempeña actualmente en **Wagons-Lits Viajes,** sucursal de Liverpool-Insurgentes. En su opinión, **"la gente que viaja a Houston es casi siempre de clase media alta; entre los que van de compras hay miembros de la clase media, pero la mayoría, y especialmente quienes acuden a los chequeos médicos, son de un nivel social más elevado".** Similares consideraciones se hacen en la agencia de viajes **American Express,** cuyo personal agrega que de cada diez personas que viajan a Houston, dos lo hacen por razones de salud, tres por negocios y cinco por placer y compras. **"Yo diría que el 70 por ciento de los que viajan a Estados Unidos van a Houston** —afirma Laura Angelini— **y que al menos un 40 por ciento de ellos lo hace por compras. San Antonio, que era el lugar preferido años atrás, ha sido totalmente desplazado ya que el boleto a Houston sale sólo seis dólares más caro y se cuenta con muchas líneas aéreas y gran variedad de centros comerciales".**

Para el sociólogo e investigador de la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM, profesor Raúl Rojas Soriano, el "síndrome" se debe al deseo de la gran burguesía, la burguesía y algunos sectores de las capas medias de mostrar su capacidad adquisitiva. **"En los últimos años se ha dado una mayor concentración de riqueza** —dice— **y esta forma de estar a la moda ocasiona una gran fuga de divisas y daña a la economía nacional".** En opinión de Rojas Soriano, consumir cierto tipo de bienes (ropa, artículos del hogar, etc.) y de servicios (los brindados por clínicas y hospitales de Houston) sirve a estos sectores para conservar su prestigio social, una posición superior y la dirección moral de su propio grupo y otros subordinados. **"Frecuentemente la gente que va a Houston no lo hace por que esté convencida de que la ropa es mejor o de que los doctores son superiores a los nuestros; simplemente debe reproducir frente a sus amistades, a su círculo, los elementos que mantengan su prestigio".** Al respecto, la señora Carlota Alvarez, ama de casa que vive en San Jerónimo, D.F., y que viaja con su hermana, señala: **"antes íbamos a San Antonio pero nuestras amistades nos han platicado tanto que probaremos en Houston. Nos dedicaremos a comprar ya que allá las cosas son más bonitas; yo llevo 65 mil pesos y mi hermana 70 mil; en alguna oportunidad hemos ido a La Paz, pero ahora ya no está de moda como antes; por lo menos en el círculo social donde nos movemos, las señoras de mi colonia hablan más de Houston que de cualquier otro lugar de los Estados Unidos".**

Comprar en inglés

Estamos en el Aeropuerto Internacional Benito Juárez. Hay pasajeros procedentes de Houston y otros se aprestan a tomar el avión. El señor Alfredo Ortiz Hernández, gerente de un banco de Toluca, Estado de México, acaba de llegar y espera el correspondiente chequeo de equipaje rodeado por su esposa y sus tres hijos (de 19 a 21 años). Semioculto por paquetes y raquetas, nos dice con orgullo: **"fuimos a Houston a jugar al tenis, cosa que procuro hacer al menos una vez por año; nos alojamos en una clínica de tenis y la verdad que las de Estados Unidos son superiores a las nuestras. Hay mejores profesores (¿no conoce a John Newcomb? es famosísimo...) y el acondicionamiento de las canchas es superior. El precio aproximado es de cien dólares diarios por persona. Yo gasté alrededor de 60 mil pesos entre diversión y algunas compras. En Toluca estamos inscritos en un club que nos sale a 2,500 pesos por mes para toda la familia, pero no se puede comparar con aquello".**

El contador público Adolfo Chávez, empleado de una importante empresa privada de la ciudad de México, viaja habitualmente por negocios y siempre aprovecha para hacer compras: ropa, lociones, cosméticos, juguetes. **"Por lo general me visto con artículos de Estados Unidos** —dice— **ya que aquí no tengo tiempo para ir de compras. Allá adquiero la mayoría de los juguetes de mis niños. Son más novedosos (en México hay menor variedad y estamos retrasados como un año en cuanto a la moda) y mis hijos van felices al colegio mostrando sus juguetes de Estados Unidos. Es muy raro que yo me meta en una tienda en México: ni tengo tiempo ni me gustan las cosas de aquí".**

Los tres hijos de Margarita Ortiz de Méndez, que vive en la colonia Florida, van con sus padres a disfrutar del **Astroworld.** Para los niños, que ya han ido cuatro veces a Disneylandia, el atractivo consiste en conocer cosas nuevas que, según sus padres, están en los Estados Unidos. La madre es explícita: **"no se puede comparar con los lugares de aquí. Chapultepec es bonito aunque medio aburrido; los juegos son viejos y sucios y siempre retrasados. El cine en tercera dimensión lo tuvi-**

LOS HOSPITALES DE HOUSTON, ¿MODA O NECESIDAD REAL?

Para el doctor Enrique Arechavala Pichard, Jefe de la División de Oncología Médica del Hospital de Oncología del Centro Médico Nacional (IMSS), existen razones que avalan —en algunos casos— la concurrencia a Houston. En su opinión, hay varios elementos de nuestro sistema asistencial (falta de preparación profesional, débil infraestructura, carencia de personal capacitado) que crean en el paciente una sensación de inseguridad. **"Tenemos excelentes equipos de coronarias, hematología, quimioterapia, servicios quirúrgicos etc, pero nos falta el número de personal de enfermería que necesitamos; uno de los puntos importantes para el mexicano que se atiende en el país es promover entre el personal médico y paramédico un deseo de superación profesional y personal que provoque seguridad en el paciente; hay que tener en cuenta que la calidad se impone por el conocimiento"**, afirma.

Sin negar la incidencia de lo anterior, el doctor Héctor E. Peralta, médico particular, enfatiza la importancia de la publicidad. **"Los chequeos de Houston no tienen otra particularidad que la de ser realizados fuera de nuestro medio"**, dice, y agrega: **"los pacientes latinoamericanos desconocen las características de las instituciones que visitan, de modo que no acuden por lo general a los centros hospitalarios altamente calificados y tecnificados"**. Por otra parte, hay "ganchos" adicionales: **"las visitas ofrecen ventajas comerciales pues mientras el paciente acude al hospital, los parientes salen de compras"**.

"El médico mexicano es buen clínico —dice el doctor Peralta— **y sigue conservando su criterio especialmente cuando no cuenta con los medios técnicos suficientes; desafortunadamente, en nuestro país al individuo no se le exige responsabilidad profesional técnica, y en consecuencia muchas capacidades no se aprovechan"**.

mos después de un año". Pero además, hay otra cuestión importante: **"el tipo de gente que va a Chapultepec —puros nacos— es horrible; nosotros nunca hemos ido con los niños ahí. (Yo sólo iría tal vez entre semana). Por eso preferimos llevarlos, aunque sea una vez al año, a un parque de diversiones en Estados Unidos. Sólo estaremos tres días o sea que no gastaremos más de 30 mil pesos"**.

El negocio de la salud

Compras, entretenimientos, deportes, espectáculos. Son muchos quienes viajan en su búsqueda. Pero están también quienes lo hacen a fin de asistirse médicamente. En Houston un enorme dispositivo publicitario promociona las clínicas de chequeos y los centros especializados.

Según el profesor Rojas Soriano, el uso de los servicios hospitalarios de Houston se explica, no sólo por la búsqueda de prestigio por parte de determinados grupos sociales, sino por la carencia en nuestro país de adelantos en algunos campos (oftalmología, neurología). Pero no es ésta la característica general, y el ejemplo más claro es el de los chequeos. El señor Roberto Valenzuela Rodríguez, de Tabasco, que ya había sido revisado aquí, quiso comprobar en Houston si el diagnóstico era correcto: **"me dijeron lo mismo, pero la diferencia es que lo que en México me costó 30 mil pesos allá ascendió a 70 mil. La atención es similar y nuestros médicos son buenos"**.

La experiencia de la señora María del Carmen Cruz de Fernández es más grave: **"yo tenía una artrosis en el hombro derecho que aquí estaba perfectamente controlada por mi doctor. Pero fui a Houston y me tenté ¡si todo el mundo habla maravillas de allá! La cuestión es que me hicieron una biopsia y me lesionaron el brazo sano que ahora me duele muchísimo con la lluvia o el frío"**. A esto se suman los altísimos costos (**"allá te cobran como en el supermercado"**) y los gastos adicionales en compras (**"siempre hay alguna cosita para llevar"**). **"Jamás regresaré a Houston** —dice nuestra interlocutora— **es caro, y los médicos, que son seres humanos, tienen las mismas fallas que los nuestros"**.

En opinión del doctor Héctor Pe-

ralta, médico privado, en Houston se efectúan manejos muy peligrosos: **"yo he detectado una cuestión gravísima, producto de la mecanización y la deshumanización. Al paciente se le atiende de acuerdo al número de tarjetas que posea ya que allá hay una amplísima gama de seguros de salud; se convierte en un 'caso' más y su tratamiento se regula por las tarjetas. Conocí una situación dramática, la de una paciente operada cuatro veces y que no requería intervención quirúrgica alguna; sucedía que estaba amparada por diferentes seguros y podía cubrir muchos gastos".**

Y también quien ha viajado en plan de vacaciones ha padecido problemas. La señora Aurora Gómez denunció a la Procuraduría Federal del Consumidor el engaño de que ella y otros paseantes habían sido objeto durante la Semana Santa. Decididos a ir a Houston y otras ciudades de Texas, contrataron los servicios de **Escultur Viajes.** Tras una serie de alternativas un tanto extrañas se encontraron en San Antonio sin guía, sin hoteles y sin trayecto. Por supuesto jamás llegaron a Houston, y al regresar al D.F. descubrieron que la agencia había cerrado sus puertas. La Procuraduría y los frustrados viajeros aún tratan de hallar las huellas de los etéreos estafadores.

Al mismo tiempo hay muchos entrevistados plenamente satisfechos con la atención recibida en Houston. Por lo general, se trata de situaciones en las que los adelantos científico-técnicos, la infraestructura con que se cuenta y la especificidad de los tratamientos son superiores a los nuestros. Pilar Guardia, Jefa del Departamento de Producción del INCO, había recorrido decenas de institutos y doctores para atender a su hijito asmático: **"en la clínica de Houston a la que finalmente llegué son especialistas en alergias de todo tipo y mi hijo fue curado"**, nos dice. Rodrigo Estevez Huerta, ingeniero electromecánico electricista, enfermo de cáncer, que trabaja en Guanajuato, también está conforme: **"aquí me diagnosticaron correctamente, pero en lo que hace al tratamiento, allá hay más adelantos y mejor tecnología; yo quedé muy bien y ahora sólo debo ir cada tres meses".**

Separar la paja del trigo

Como en muchos otros aspectos de nuestra existencia, también en éste hay que saber diferenciar. No es lo mismo gastarse 100 mil pesos atiborrándose de objetos para mostrarlos y sentirse muy distinguido entre los amigos, que lograr la mejor asistencia a fin de resolver un serio problema de salud. Entre los viajeros a Houston están quienes recurren a los centros más avanzados de la ciencia con los que no cuenta nuestro país. Pero no es, ni mucho menos, la mayoría. Las caravanas que llegan a aviones y aeropuertos son, casi siempre, presas del consumismo y de la aspiración a un mayor prestigio social. Y frecuentemente no es fácil distinguir lo verdadero de lo engañoso. Más allá de aquellos compatriotas deslumbrados por los centros comerciales o los espectáculos norteños, hay muchos otros que frente a un problema de salud confían en lo ajeno buscando lo mejor, sin realizar las averiguaciones correspondientes. Algunos entrevistados expresaron que ante el temor y la angustia acudieron sin vacilar a Houston y que tiempo después se enteraron de que aquí se efectuaban los mismos tratamientos.

Hay gente para cuyo nivel de ingresos un viaje a Houston no implica una alteración significativa en su presupuesto. Sin embargo, no ocurre lo mismo con gran parte de los miembros de la clase media que dejan su dinero tras el brillo social de un chequeo en inglés o la frivolidad de patinar sobre hielo "made in USA". Además de no engrosar el caudal de divisas que huye hacia las fronteras, usted gana si, por ejemplo, recorre ese México que aún no conoce. A menos que lo hayan convencido de que los museos de Houston son mejores que los nuestros o de que al cambiar dólares por ropa, calculadoras y cosméticos, en realidad usted está ahorrando.

[Información: Alma Sepúlveda e Isabel Arbesú]

ESCRIBEN LOS QUE CONSUMEN

Nos interesaria conocer en detalle el pequeño o gran problema que, como consumidor, le aquejó en estos días. Podemos ayudarlo a conseguir una más adecuada resolución. Para ello, puede usted acudir personalmente al Departamento de Promoción Directa en Insurgentes Sur No. 1871, planta baja, o hablar al teléfono 550 47 55, ext. 166 y 167, o bien escribir a la Revista del Consumidor, Asesoría Jurídica, al Apartado Postal 20600. México 20, D.F.

TAXISTAS ABUSIVOS

El **señor Fernando Flores** del **D.F.**, nos escribe para señalar las irregularidades de los taxistas que dan servicio en la Terminal de Autobuses de Oriente.

Apunta que recientemente regresó de Veracruz, "como a las cinco de la mañana, y nos dirigimos mi hijo y yo a la caseta donde se compra la papeleta que le da a uno derecho a solicitar los servicios de transporte".

"Varios choferes nos preguntaron a dónde íbamos; al decirles que al Metro de Insurgentes—agrega el señor Flores—argumentaban que ya tenían pasajeros para otros rumbos. Finalmente, uno de ellos accedió a darnos servicio mediante el cobro de 150 pesos, junto con una familia que iba a la colonia Anáhuac y a la que le cobraron 300 pesos".

Pregunta nuestro lector si es lícito que se venda una boleta que no asegura de ninguna manera el servicio de taxis, además de que éstos no respetan las disposiciones de esa misma boleta, la que dice: "Se debe exigir al chofer que ponga en uso el taxímetro".

RESPUESTA

Bien que el usuario de servicios se preocupe por las posibles fallas que presenten, por ser esa la única manera en que las autoridades competentes pueden llevar a cabo acciones que redunden en beneficio del público.

Asimismo, le informamos al señor Flores que en estos casos es importante proporcionar los siguientes datos: número de placas del vehículo y día y hora en que ocurrieron los hechos.

NO PUEDE PAGAR

El **señor Norberto Reynosa** de **Ciudad Nezahualcóyotl** escribe una lacónica y preocupada carta en la que expone que dos meses después de haber obtenido una lavadora sin enganche ni fiador perdió su trabajo. Explicó a los dueños de la tienda su situación pero la respuesta ha sido todo tipo de amenazas si no paga y ningun intento de arreglar las cosas civilizadamente.

RESPUESTA

Ya que su situación laboral no le permite seguir pagando la lavadora le aconsejamos acudir personalmente al representante legal de la empresa para plantearle la rescisión de contrato con los siguientes pasos:

1. Llevar toda la documentación al respecto.

2. Solicitar la devolución de su dinero con intereses, menos gastos de cobranza y el pago de una renta por el uso de la lavadora.

3. Entregar la unidad con todos sus accesorios.

4. Solicitar la entrega o cancelación de los documentos de crédito firmados por usted (pagarés o letras de cambio).

Si la empresa pone objeciones a lo anterior, acuda a la Procuraduría Fede-

revista del
consumidor

Envíe la cantidad de $ 150.00 (CIENTO CINCUENTA PESOS 00/100) en cheque o en giro postal a favor del Instituto Nacional del Consumidor, por concepto de suscripción anual a Insurgentes Sur No. 1991, Torre B, 7o. piso, Departamento de Distribución, México 20, D.F.

NOMBRE_____

DIRECCION_____

_____ TELEFONO_____

CIUDAD_____ Z.P._____

ral del Consumidor (Carmona y Valle No. 11).

LAS DULCERIAS DE LOS CINES

De **Torreón, Coahuila,** escribe el **señor Pedro Cruz Herrera** para apuntar que en los cines de su localidad, como el Nazas, el Princesa, Buñuel, etc., las dulcerías exhiben una leyenda que afirma: "Compre a precios de la calle".

En realidad los productos están por encima de los precios normales, "ya que un refresco de cola lo dan a siete pesos en un vaso que contiene la mitad de uno de 335 ml, la bolsa de palomitas cuesta nueve pesos, y ya no digamos de los chocolates o pistaches", comenta el señor Cruz.

RESPUESTA

Con referencia a la inquietud que manifiesta, le podemos decir que de ninguna manera está obligado a consumir lo que le venden en el cine, y si en cambio puede llevar alimentos o bebidas que la familia elabora, con la salvedad de no utilizar envases de vidrios ni bebidas alcohólicas.

REPARTO DE UTILIDADES

El **señor Armando Mercado González, de Nezahualcóyotl, Estado de México,** escribe para exponer su caso. Prestó sus servicios en una empresa durante nueve meses (del 22 de noviembre de 1979 al 30 de agosto de 1980). Quiere saber si tiene derecho a reparto de utilidades por el periodo en que laboró en la empresa; de ser así pide orrientación para hacer efectiva su ganancia.

RESPUESTA

Nos es muy grato comunicarle que la empresa donde usted laboró tiene la obligación de hacerlo participe de sus utilidades por el periodo durante el cual prestó sus servicios en el año de 1980 y de conformidad con el monto del último salario que hubiere percibido, según lo establecido al respecto por la Ley Federal del Trabajo en sus artículos 117 y siguientes.

En tal virtud, deberá presentarse a la empresa en la que prestó sus servicios de enero a agosto de 1980 a exigir le sea entregada la cantidad que le corresponda por concepto de su participación en las utilidades del multicitado centro de trabajo.

OPINA UN DIPUTADO

El Diputado por el PAN a la 51 Legislatura del H. Congreso de la Unión, **Manuel Rivera del Campo,** escribe diciendo que a su parecer la entrevista al Diputado Fidel Herrera Beltrán (R.C. 48) lo hace aparecer "tendenciosamente como promotor de la campaña de la actual 51 Legislatura de la Cámara de Diputados, para combatir el alcoholismo en México".

"La verdad —apunta— es que la Comisión cameral de Radio y Televisión por él presidida (Herrera Beltrán) se dedicó a mediatizar las Siete Iniciativas del PAN sobre ese lacerante cáncer nacional, presentadas al pleno de la Cámara en diciembre pasado, y que en vez de ser dictaminadas como lo exige el interés nacional, Herrera Beltrán, en una actitud muy típica del sectarismo que le caracteriza, mejor se dirigió a la empresa Televisa, solicitándole disminuyera la publicidad de bebidas alcohólicas, a lo que rápidamente contestó su director, que sí, que en enero disminuirían el 50% de esa publicidad. Esto fue aceptado 'candorosamente' por Herrera Beltrán, que hizo sobre ese particular una alharaca en la prensa y demás órganos informativos.

Es por todos sabido que en el mes de enero de cada año —prosigue— disminuye la publicidad aberrante del alcoholismo, por sí sola, después de las increíbles borracheras de diciembre, por tanto no hubo sacrificio alguno para televisa, ni es relevante la gestión de Herrera Beltrán, cuya actitud farisea sí daña a un intento serio de frenar el consumismo alcohólico, como lo constituyen las Siete Iniciativas presentadas al efecto por la Diputación panista en la actual Legislatura".

(Carta resumida por razones de espacio)

SUSCRIPCION INCUMPLIDA

El **Señor Joaquín Bravo Valencia,** de **Colima, Colima,** solicitó su suscripción a la Revista del Consumidor en septiembre de 1980, recibió dos números y por razones inexplicables la revista dejó de llegar.

RESPUESTA

Esta sección está diseñada para que usted, como consumidor, cuente con una ayuda más adecuada para la solución de sus problemas. En breve recibirá por conducto de nuestro Departamento de Distribución y Suscripciones el envío de los números que desafortunadamente no han sido recibidos por causas ajenas a nuestra voluntad.

GARANTIAS CON GARANTIA

De **Tlalnepantla, Estado de México,** escribe la **Sra. Gloria Sánchez M.** Cuenta que compró una consola Elektra modelo Dinasonic que le costó un total de 20,487 pesos, de los cuales 4,985 eran por servicio de garantía, según consta en la factura. Una de las bocinas empezó a fallar desde el primer momento; la señora Sánchez reportó el aparato inmediatamente, varias veces, sin ningún resultado. Ante semejante panorama fue personalmente a la tienda Elektra (Inguarán No. 5102); allí le informaron que la garantía estaba vencida y que, por lo tanto, era necesario pagarla de nuevo para que los técnicos acudieran a su domicilio. Así lo hizo, en el mes de diciembre, y para febrero los técnicos aún no se habían presentado en su casa. Gloria Sánchez volvió a la tienda a exigir sus derechos; esta vez le contestaron que ya no se podía hacer nada porque ¡acababan de discontinuar ese modelo de consolas! El mismo que había comprado con garantía en esa tienda.

RESPUESTA

En base a los hechos expuestos por usted, detectamos violaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, en cuanto al término de garantía y forma de hacerla valer, por lo que le pedimos acudir directamente a la Procuraduría Federal del Consumidor en Dr. Carmona y Valle No. 11, Colonia Doctores. Ahí podrá externar su queja acompañada de todos y cada uno de los documentos que amparan la operación de compraventa.

CINES DE ALTA CALIFICACION

La Promotora Artística de los Compositores de México S. A. por conducto de su Gerente General Antonio Carvajal escribe para agradecer los conceptos tan favorables que la Revista del Consumidor tuvo para con sus cines. Y se compromete formalmente a continuar dando este buen servicio, al que, por otra parte, están obligados.

(Carta resumida por razones de espacio).

LOS CONSUMIDORES NO SE DEJAN

La información para esta sección proviene de las denuncias efectuadas por los propios consumidores ante la Procuraduría Federal del Consumidor.

FÚCHILA

La tortillería ubicada en Cumbres de Maltrata 859 más parece albergue para ratas, que expendio de un artículo de primera necesidad, denuncia el señor Arnoldo Contreras.

PACATELAS

Alerta contra Financiamiento Inmobiliario Urbano, que durante un tiempo funcionó en Durango 216. Los dueños de esta fraudulenta compañía prometen financiar construcciones de casas, piden el 25 por ciento de enganche y...desaparecen después con el dinero de quienes confiaron en ellos. Los robos, a por lo menos 152 personas, ascienden a cientos de miles de pesos.

KLUNK

Básculas desbalanceadas a favor de los dueños en las carnicerías instaladas en Pachuca 13, colonia Condesa,y en Santa Cruz del Monte, esquina con Plaza Santa Cruz, denuncian Patricia Banfi y Adriana Holstein, consumidoras que están ya cansadas de los kilos de 800 gramos.

UYUYUYUY

En el estacionamiento que funciona en la calle de Río Neva no se conforman con cobrar tarifas fuera de lo permitido, sino que se dan el lujo de rechazar autos cuando los conductores no aceptan que se los laven, informa el señor Esteban González.

GRRR

Prácticas leoninas en Autosubasta, S.A., de Colima 267, empresa que vende autos con el sistema de autofinanciamiento. La señora Yolanda Díaz Beltrán ganó el 6 de marzo de este año un sorteo que le da derecho a un automóvil Datsun 1981. Sin embargo, le quieren entregar uno modelo 1980, aduciendo que el precio de los carros aumentó y no así las mensualidades que pagaba la señora Díaz. Para entregarle un auto de este año exigen el pago de 57 mil pesos (monto del aumento que deberían haberle hecho en sus cuotas de octubre a marzo). Como obviamente la consumidora no tiene esa suma a la mano, "magnánimamente" se ofrecen a prestarle el dinero, pero con el exageradísimo interés del 40 por ciento ¡22 800 pesos extras! Como es evidente, los señores de Autosubasta no se miden.

¿Y POR QUE NO UN ANUNCIO DE LIBROS INFANTILES?

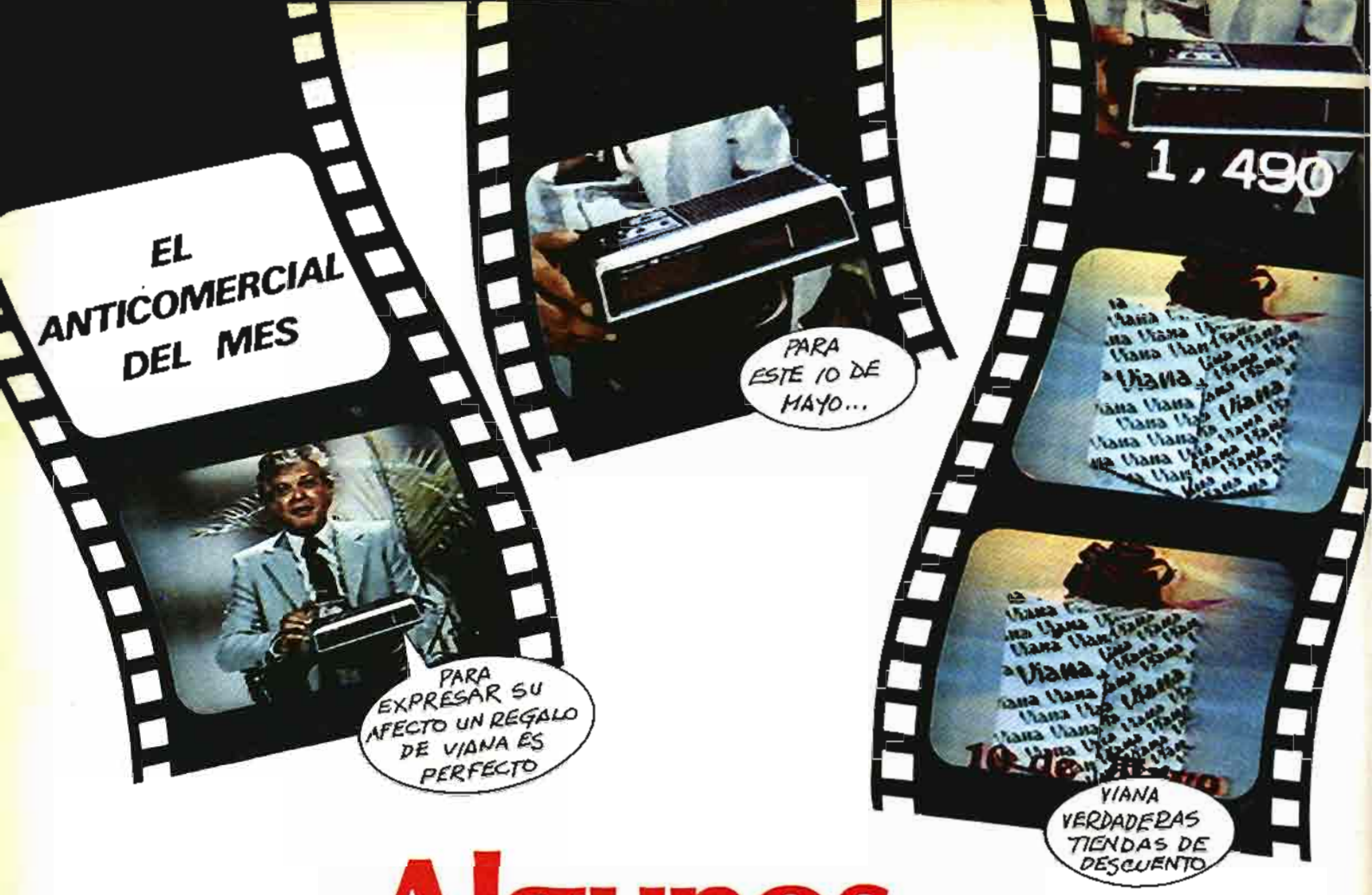
Podría ser así:

Libros infantiles

El mejor regalo para la fantasía de los niños: una llave casi mágica
que abre la puerta de mundos ignorados y maravillosos.
Más duraderos y baratos que muchos juguetes.
Y el entretenimiento y aprendizaje que proporcionan es continuo:
no contienen cortes comerciales.

Libros infantiles: la imaginación sin límites

INSTITUTO
NACIONAL DEL
CONSUMIDOR



Algunos venden el afecto

En ocasión del 10 de mayo, no sin sorpresa descubrimos que algunos comerciantes difundían algunos mensajes similares a los nuestros, a propósito de "Regale afecto, no lo compre". Pero en realidad, proponían todo lo contrario.

Los publicistas de Viana emplearon, sospechosamente, el término "afecto" para vender un radio reloj despertador de 1,490 pesos. Al mismo tiempo, la Compañía Hermanos Vázquez pregonaba: "Regale con afecto, regale un refrigerador de Hermanos Vázquez". Y Suburbia afirmaba: "un beso, un abrazo, todo su amor y el afecto de Suburbia".

Pero el consumidor consciente se dio cuenta de que no precisa gastar 1,490 pesos en un despertador para expresar afecto; y que se puede regalar con afecto una caricia o un rato de convivencia sin necesidad de un refrigerador. Por último, cabría preguntarnos si las madres prefieren el afecto de sus hijos o el de un establecimiento comercial.

QUE EL CONSUMO NO NOS CONSUMA

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR